



小红书

2024

彩妆行业

趋势灵感图鉴

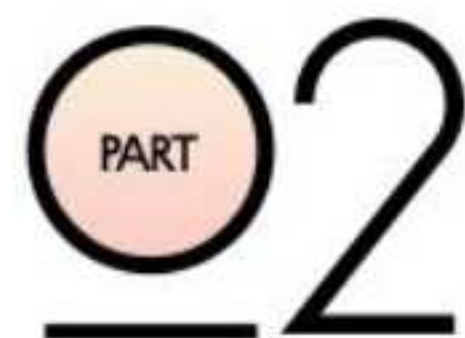
TABLE OF CONTENTS

目录



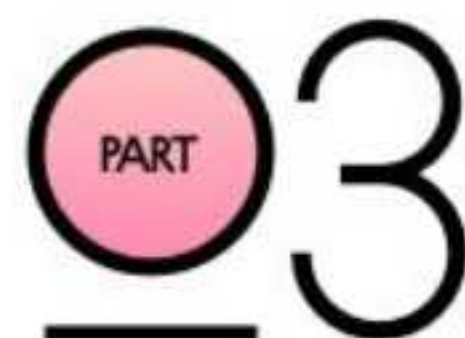
蓬勃生机 | 2024彩妆行业趋势与概览

市场趋势 | 渠道趋势 | 品类趋势



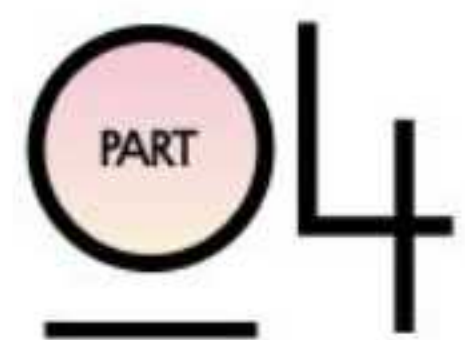
大放异彩 | 小红书四大价值全域赋能

趋势价值 | 人群价值 | 品牌价值 | 生意价值



灵感闪光 | 2024小红书十大灵感趋势

文化 | 妆容 | 肤色 | 成分 | 风格 | 场景 | 色彩 | 多用 | 送礼 | 走秀



美美与共 | 小红书彩妆营销价值解码

国货彩妆品牌营销解码 | 国际彩妆品牌营销解码

蓬勃生机

2024彩妆行业趋势与概览

市场趋势

渠道趋势

品类趋势

Market Trend

市场趋势

Channel Trend

渠道趋势

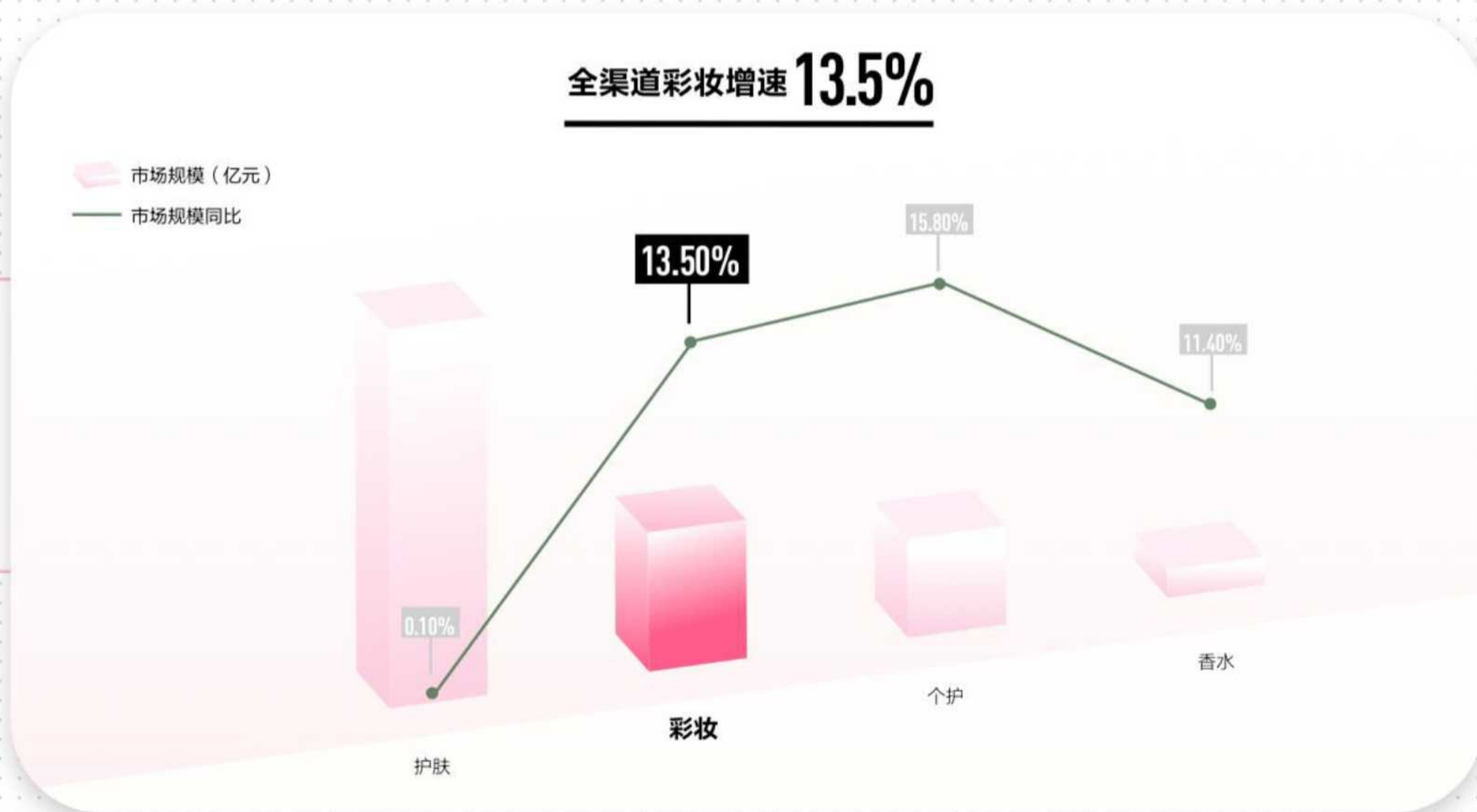
Category Trend

品类趋势

市场趋势

彩妆行业蓬勃发展 领跑美妆大盘

从一级品类市场规模来看，
彩妆依旧是中国美妆市场的中坚力量，
以13.5%的同比增长速度攀升。



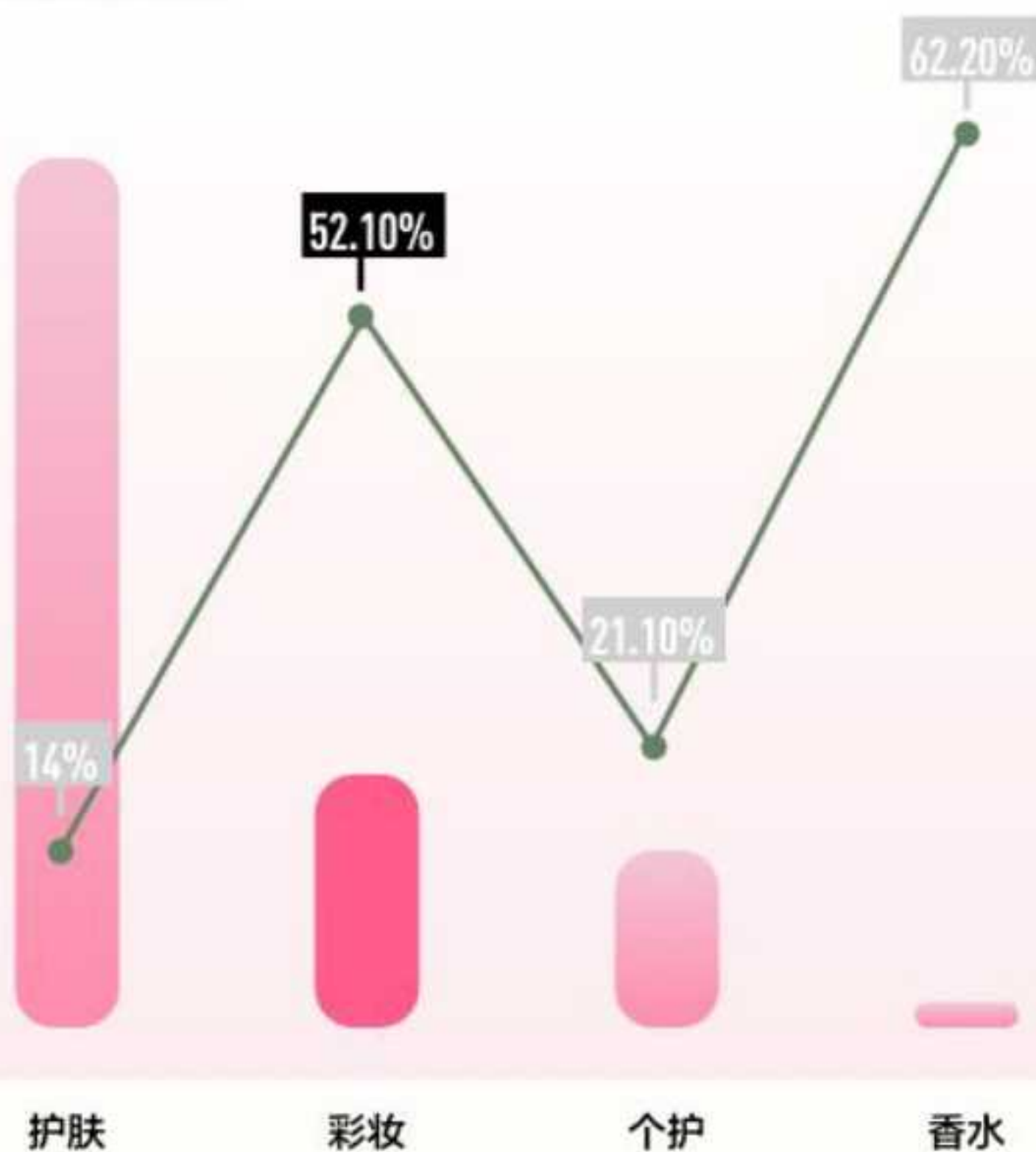
*数据来源：青眼情报2023年

市场趋势

国货彩妆崛起 市场份额攀升

看外部 国货彩妆增速高达 52%

市场规模（亿元）
市场规模同比



*数据来源：青眼情报2023年

看内部 更多国货彩妆 在小红书「蓬勃生长」

53↑

Top100热搜
彩妆品牌中
国货品牌数量

+36%

Top100热搜
彩妆品牌中
国货品牌数量

国货彩妆2024H1
上新SPU

+508

数据来源：小红书数据平台2024H1

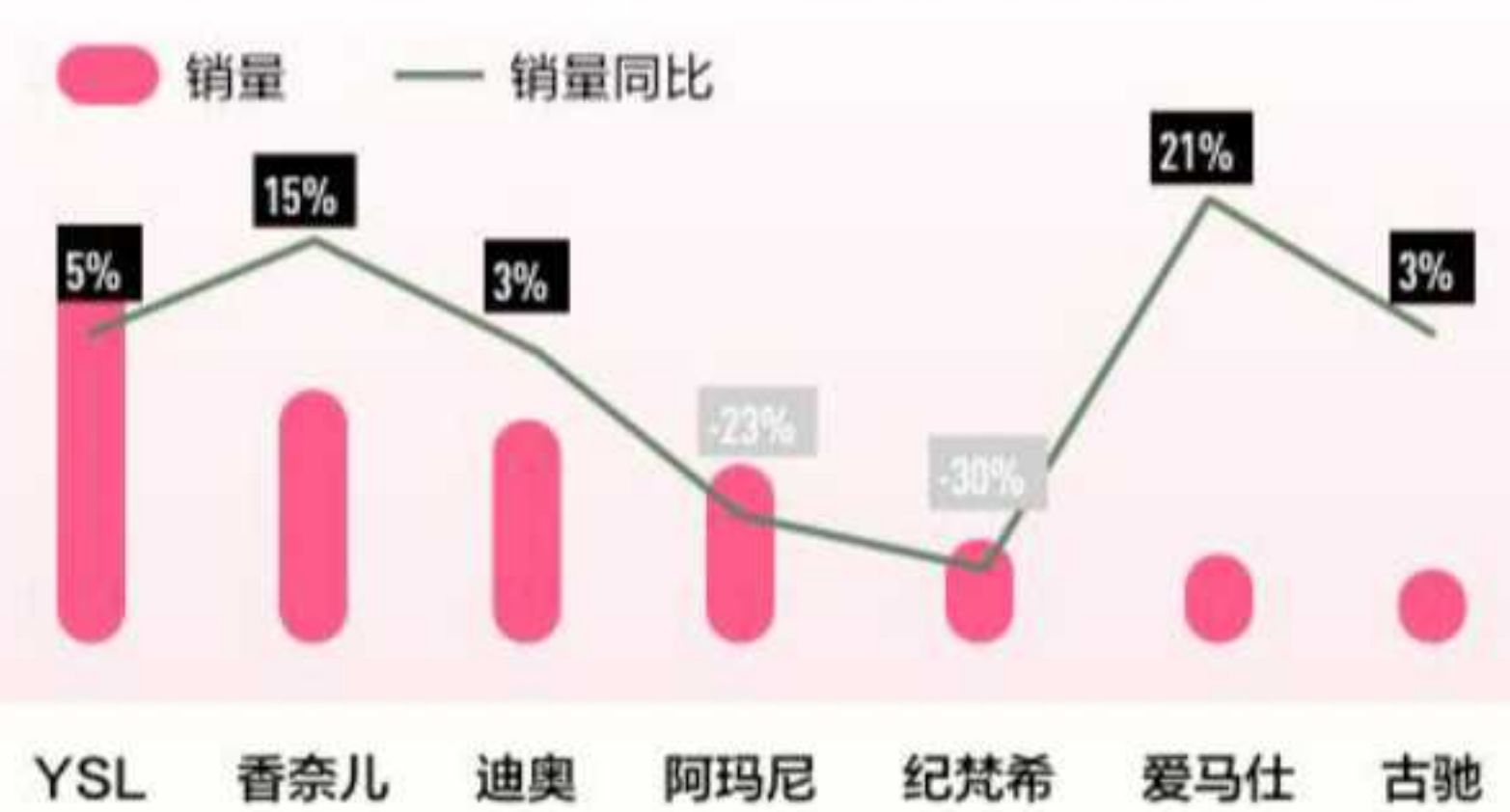
市场趋势

国际彩妆领军时尚趋势新品层出

近年来，美妆和香水业务在奢侈品牌销售额中的占比不断提高，以YSL圣罗兰、香奈儿领军的销售大盘愈发稳固，多元化结构收入成行业共识。

领军时尚，高端美妆成奢侈品牌新局点

24H1天猫+淘宝奢侈品品牌销量排名（彩妆/香水/美妆工具类）



近年奢品品牌布局美妆行业动作盘点

2020.03		爱马仕推出美妆线，21年同比+21%，且唇妆贡献大
2021		华伦天奴推出彩妆系列（含粉底/气垫/妆前乳/唇膏）
2022		Prada推出彩香系列（唇膏单支月销量12000件）
2023		开云集团宣布创立美妆部门Kering Beauté，或将自营GUCCI美妆业务
2024.03		CELINE预告秋季推出首款缎面唇膏Rouge Triomphe，未来将推出全新彩妆系列

新品层出，底妆更细分，唇妆更丰润

24Q1彩妆新品·底妆*（部分示例）*

品牌	产品	卖点
古驰美妆	首款持妆「小碎花」遮瑕蜜	提亮、修容、遮瑕
雅诗兰黛	沁水家族：「娇滴滴」妆前精华乳、遮瑕乳	持妆
芭比波朗	掌心遮修盘	适配亚洲肤色、便携
	光影无暇遮瑕棒	多用、易上妆、添加植物提取物保湿
KIKO	防晒妆前乳	改善干燥暗黄、防晒

24Q1彩妆新品·唇妆*（部分示例）*

品牌	产品	卖点
古驰美妆	全新倾色丰盈唇蜜	持久滋润、长效亮泽、水晶般光泽
YSL	全新「圆管」系列唇膏	水光版镜面版、水润保湿
3CE	「融光」细管唇冻	原生光感、伪素颜

24Q1彩妆新品中，底妆和唇妆占比达80%；其中国际品牌底妆新品基于经典底妆品线延展出细分品类，唇妆则将“水感”唇部质地、“水润丰盈”护唇功效作为核心卖点，迎合消费者对健康气色的追求。

*数据来源：魔镜洞察（排名仅限前50）
**信息整合：化妆品财经在线

*榜单整合：FBEAUTY未来迹

Market Trend

市场趋势

Channel Trend

渠道趋势

Category Trend

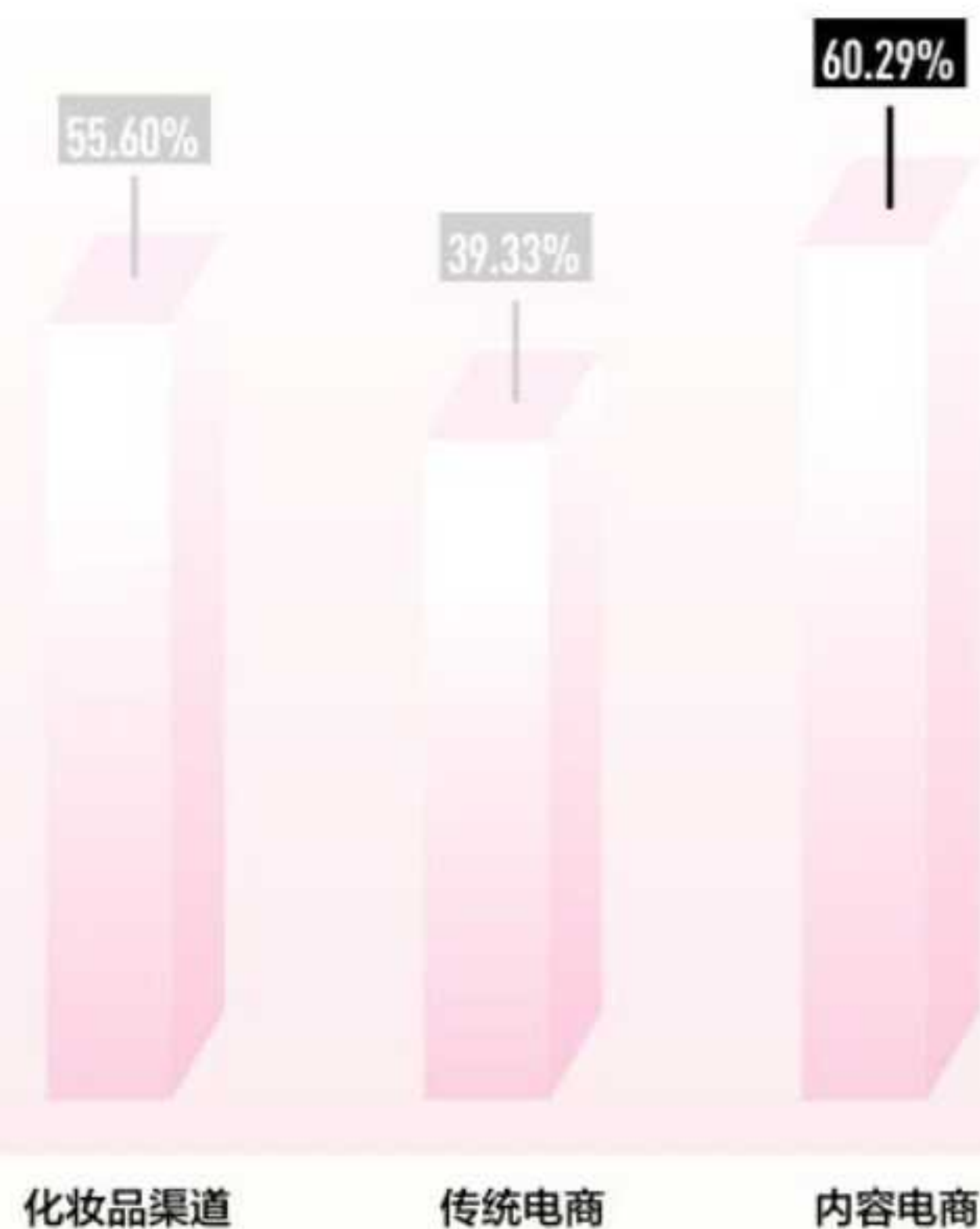
品类趋势

渠道趋势

线上：内容电商崛起 国货彩妆抢占红利

看外部 内容电商 国货占比 60%

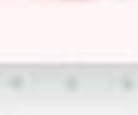
国货彩妆各大渠道份额（2023）



*数据来源：青眼情报2023年

看内部 国货彩妆 雄霸小红书TOP 10

小红书彩妆TOP10成交量品牌

- | | | |
|-------|---|---------------------|
| No.1 |  | RED CHAMBER旗舰店 |
| No.2 |  | Judydoll橘朵官方旗舰店 |
| No.3 |  | Little Ondine小奥汀旗舰店 |
| No.4 |  | Flower Knows花知晓旗舰店 |
| No.5 |  | Blank me半分一旗舰店 |
| No.6 |  | HOURGLASS旗舰店 |
| No.7 |  | WOSADO悦瞳旗舰店 |
| No.8 |  | 奈小白NYE WHITE旗舰店 |
| No.9 |  | JOOCYEE酵色旗舰店 |
| No.10 |  | Only May五月季旗舰店 |

*数据来源：小红书数据平台H1

线下：渠道回暖
国际彩妆玩转体验营销

综合16家商场43个国际美妆品
牌市场业绩数据与品牌全国门店
数量测算，得出排名前20的品
牌中平均业绩增幅接近双位数，
9个品牌增幅超过10%（统计时
段为2023年1月-9月）

2023年（截止9月）
外资美妆品牌线下门店业绩

TOP 20

序列	品牌	同比业绩增速	所属集团
01	LANCOME	4%	欧莱雅集团
02	Chanel	21%	香奈儿
03	Estee Lauder	3%	雅诗兰黛集团
04	LAMER	11%	雅诗兰黛集团
05	DIOR	3%	LVMH集团
06	HELENA RUBINSTEIN	43%	欧莱雅集团
07	Shiseido	13%	资生堂集团
08	YSL	37%	欧莱雅集团
09	SK-II	-1%	宝洁
10	CPB	16%	资生堂集团
11	Guerlain	-1%	LVMH集团
12	ARMANI	20%	欧莱雅集团
13	Clarins	2%	娇韵诗集团
14	KIEHL' S	2%	欧莱雅集团
15	La Prairie	-10%	拜尔斯道夫
16	L' Ocditane	7%	欧舒丹集团
17	Sisley	-14%	Benetton集团
18	WHOO	-23%	爱茉莉太平洋
19	SHU UEMURA	13%	欧莱雅集团
20	Tom Ford	37%	雅诗兰黛集团

*以上数据为BeautyNEXT根据16家商场各品牌2023年(截至9月)市场业绩数据，同时结合品牌全国门店数量，综合测算得出，不完全代表品牌中国市场整体表现，仅作为趋势参考。

2024年（1-5月）
高端彩妆品牌线下开店信息

品牌店铺	地点	备注	开业时间
华伦天奴美妆	哈尔滨远大购物中心南岗店	东北首店	1月3日
	上海愚园路限时快闪	【纵情绿】限时自拍馆	3月2日-3月10日
	南京德基广场	全球首家色彩精品店	1月2日
3CE	武汉天地	品牌店	1月5日
纪梵希美妆	郑州大卫城	/	4月
阿玛尼美妆	阿那亚快闪	【岩兰绿洲】	4月
FENTY BEAUTY	上海Fotografiska 影像艺术中心	FENTY BEAUTY ALLEY 现实快闪空间	5月

以高端美妆为主的外资美妆品牌开设线下新专柜及品牌店57家。彩
妆品牌积极布局极具体验感的特色门店，满足消费者即时的情绪价值
（统计时段为2024年1月-5月）



华伦天奴上海愚园路限时快闪
「纵情绿」限时自拍馆



FENTY BEAUTY ALLEY
限时快闪体验空间

*信息整合：FBEAUTY未来迹

Market Trend

市场趋势

Channel Trend

渠道趋势

Category Trend

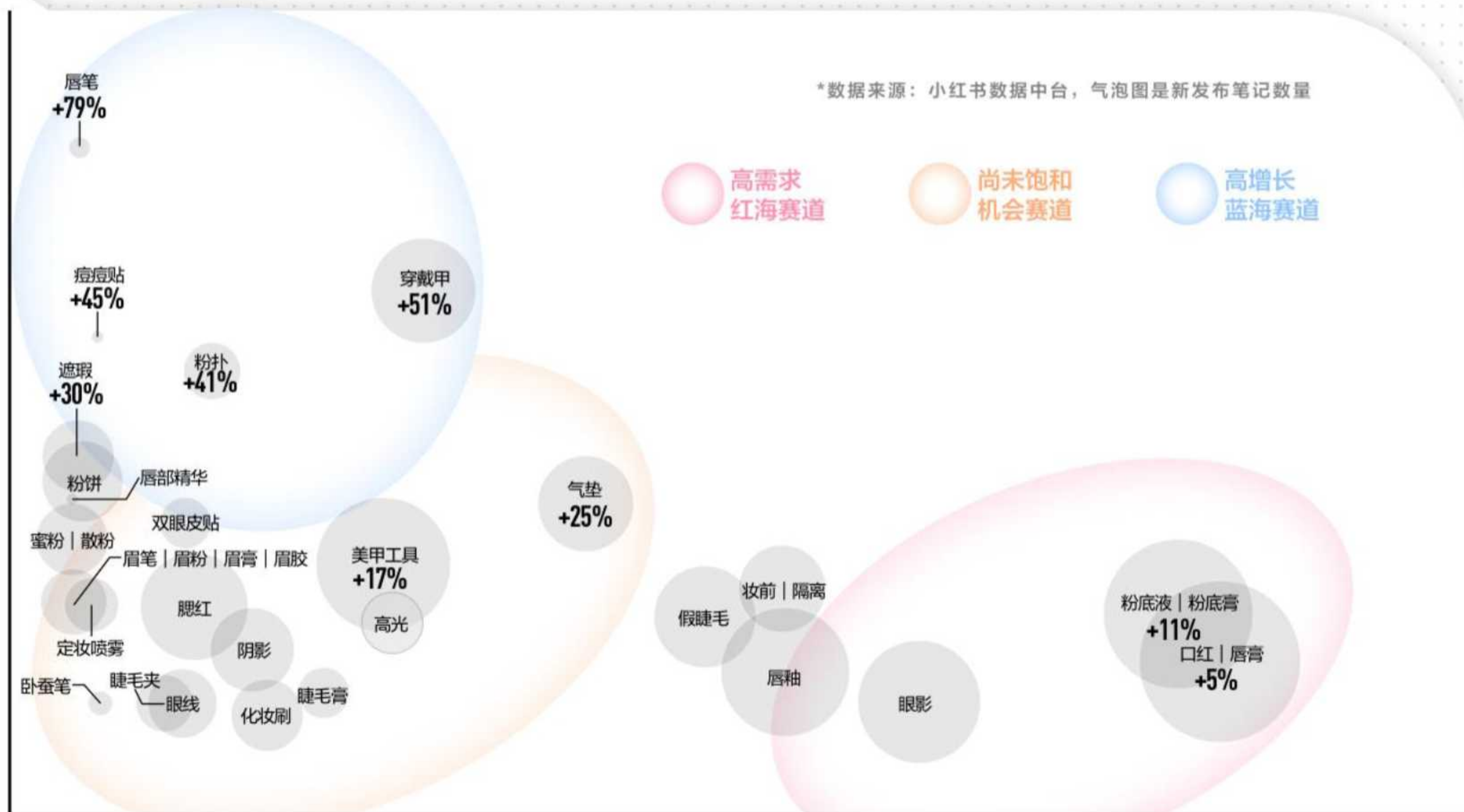
品类趋势

品类趋势

2024H1彩妆大盘 品类热度格局

纵轴：搜索同比

*数据来源：小红书数据中台，气泡图是新发布笔记数量



*数据来源：小红书数据中台，气泡图是新发布笔记数量

横轴：搜索量

靠右-红海赛道：
需求大、UGC热度高热门品类
——口红、粉底液、眼影

靠中-机会赛道：
热度较高、UGC尚未饱和具潜力
——气垫、美甲工具、腮红等

左上-蓝海赛道：
高增长、高潜力，竞争小机会
——唇笔、穿戴甲、粉扑等

品类趋势

底妆赛道 | 透光肌理感

用户对完美底妆的定义转变为是否能透出「健康气血」和「自然纹路」

2024年1-5月面部彩妆「肌肤质感词」热度

● 阅读量
— 阅读同比增速

肌肤质感1.0
注重**通透水光**

肌肤质感2.0
追求**有气血的光泽**



白里透红健康**气色**

小红书 气色血色肌

小红书 血色感妆容方圆脸

气色/血色
搜索同比 **425%+**



Live图拥抱皮肤**纹路**

小红书 #完美底妆这样画

小红书 真实的皮肤状态

肌肤纹理/皮肤纹路
搜索同比 **175%+**



眼妆赛道 | 局部爆闪流

碎钻复古感乘势回归，多种爆闪妆一眼出众

爆闪！闪出眼部新妆式

小红书

碎钻妆

碎钻装饰点缀
4月搜索同比+75%

方圆脸粉色碎钻妆容

音乐节必备妆备



烟熏碎钻妆容

小红书

反向截断

反向截断碎钻线
5月搜索同比+455%

到底是谁在画反向截断眼妆

新手芭比粉反向接团碎钻眼妆



音乐节湿漉漉爆闪反向截断

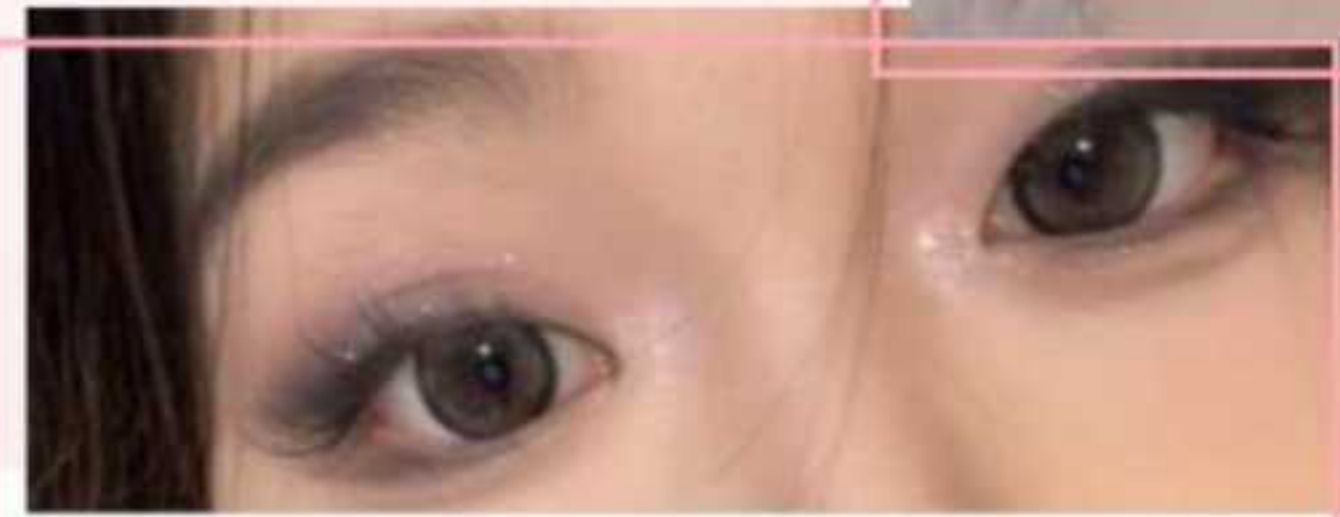
爆闪！开辟复古新妆容

爆闪系热门妆容风格TOP3



#冷杏醉闪妆
阅读同比×84倍

#碎钻烟熏妆
阅读同比+122%



品类趋势

唇妆赛道 | 透嫩果汁颜

淡颜丰润提气色成为唇妆新兴需求，唇冻质地on trend

纵轴：搜索环比



*数据来源：小红书数据中台，2024/1/1-2024/5/26

横轴：搜索量

带动
Summer juice vibe

草莓汽水妆

相关笔记 660万阅读

元气
草莓汽水

#夏日果汁妆

相关笔记 600万阅读

芭乐妆

相关笔记 2900万阅读

清甜
粉绿芭乐

Y24M1-5唇妆新兴品类热度分析

#汽水妆 阅读+118%

#果汁妆 阅读+23%

*图片来源：@_锅锅子、@四月乔一

品类趋势

美妆工具赛道 | 美力魔法家

不仅要美的符合人设，还要不挑手法易操作

巧睫动心弦 | 成为不同妆容的点睛之笔



下睫毛印章
搜索同比2303倍+



免胶假睫毛
搜索同比7980倍+



小红书 贴假睫毛手法

24H1搜索同比+143%



狐系睫毛
搜索同比152%+



婴儿弯睫毛
搜索同比618%+

炫彩稳指间 | 穿戴有技巧，抢眼更当道

2024年H1「穿戴甲」热搜词

小红书 蓝色系穿戴甲

蓝色搜索环比651%+

小红书 红色系穿戴甲

红色搜索环比278%+

搜索环比
34%+

搜索环比
+122%

搜索环比
+71%

穿戴甲佩戴方法 穿戴甲推荐 穿戴甲推荐店铺 穿戴甲怎么戴牢固 穿戴甲款式 穿戴甲固态胶 自制穿戴甲 穿戴甲怎么量尺寸 穿戴甲胶水怎么选 穿戴甲果冻胶

*数据来源：小红书数据中台，2024/1/1-2024/6/30

**图片来源：@小橙子、@泡芙小羊卷、@兔叽森 (2786267134)

彩妆小红书电商热销榜

彩妆各细分类目热销品类 TOP 15

排名	品类
01	唇彩/唇蜜
02	假睫毛
03	穿戴甲/甲片
04	粉底液/粉底膏
05	口红/唇膏
06	定制甲片
07	美甲工具
08	眼影
09	气垫
10	腮红
11	妆前/隔离
12	睫毛膏/睫毛增长液
13	粉饼
14	指甲油
15	眉笔/眉粉/眉膏

(2024/01/01-06/25, 数据口径为各品类支付GMV)

彩妆各细分类目热销品类 TOP 10

底妆类目热销				色彩类目热销				美妆类目热销			
排名	品类	品类	品类	排名	品类	品类	品类	排名	品类	品类	品类
01	粉底液/粉底膏			01	唇彩/唇蜜			01	假睫毛		
02	气垫			02	口红/唇膏			02	穿戴甲/甲片		
03	隔离/妆前			03	眼影			03	定制甲片		
04	粉饼			04	腮红			04	指甲油		
05	遮瑕			05	睫毛膏/睫毛增长液			05	化妆刷		
06	高光			06	眉笔/眉粉/眉膏			06	粉扑/面扑		
07	定妆喷雾			07	眼线笔			07	双眼皮贴		
08	散粉/蜜粉			08	彩妆盘			08	假睫毛工具		
09	阴影			09	唇笔/唇线笔			09	化妆套刷		
10	BB霜			10	男士眼线			10	痘痘贴		

*数据来源: 小红书数据中台2024年1-6月

品类趋势

彩妆小红书电商增速榜

彩妆各细分类目热销品类 TOP 15

排名	品类
01	电烫睫毛工具
02	高光
03	痘痘贴
04	穿戴甲/甲片
05	彩妆盘
06	化妆套刷
07	阴影
08	唇笔/唇线笔
09	遮瑕
10	定制甲片
11	睫毛膏/睫毛增长液
12	粉扑/面扑
13	眼影
14	假睫毛
15	眼线

(2024/01/01-06/25, 数据口径为各品类支付GMV)

彩妆各细分类目热销品类 TOP 10

底妆类目热销				色彩类目热销				美妆类目热销			
排名	品类	品类	品类	排名	品类	品类	品类	排名	品类	品类	品类
01	高光	彩妆盘	电烫睫毛工具	01	高光	彩妆盘	电烫睫毛工具	01	高光	彩妆盘	电烫睫毛工具
02	阴影	唇笔/唇线笔	痘痘贴	02	阴影	唇笔/唇线笔	痘痘贴	02	阴影	唇笔/唇线笔	痘痘贴
03	遮瑕	睫毛膏	穿戴甲/甲片	03	遮瑕	睫毛膏	穿戴甲/甲片	03	遮瑕	睫毛膏	穿戴甲/甲片
04	定妆喷雾	眼影	化妆套刷	04	定妆喷雾	眼影	化妆套刷	04	定妆喷雾	眼影	化妆套刷
05	气垫	眼线	定制甲片	05	气垫	眼线	定制甲片	05	气垫	眼线	定制甲片
06	腮红	唇彩/唇蜜	粉扑/面扑	06	腮红	唇彩/唇蜜	粉扑/面扑	06	腮红	唇彩/唇蜜	粉扑/面扑
07	粉饼	眉笔/眉粉/美膏	假睫毛	07	粉饼	眉笔/眉粉/美膏	假睫毛	07	粉饼	眉笔/眉粉/美膏	假睫毛
08	粉底液/粉底膏	口红/唇膏	指甲油	08	粉底液/粉底膏	口红/唇膏	指甲油	08	粉底液/粉底膏	口红/唇膏	指甲油
09	散粉/蜜粉	男士唇妆	化妆刷	09	散粉/蜜粉	男士唇妆	化妆刷	09	散粉/蜜粉	男士唇妆	化妆刷
10	BB霜	男士粉底	假睫毛工具	10	BB霜	男士粉底	假睫毛工具	10	BB霜	男士粉底	假睫毛工具

*数据来源: 小红书数据中台2024年6月

大放异彩

小红书四大价值全域赋能

趋势价值

人群价值

品牌价值

生意价值

20大生活方式人群

浪漫囍事

超级食客

数智未来

 美力加成

 悦享奢华

成长进阶

人文探索

 活力运动

孕育学习

 时尚态度

养生韧体

娱乐放松

家生活

心灵奇旅

虚拟人生

发现附近

看世界

悦享奢华

自由畅行

PART 02

深度理解人

给予**15度仰角**的生活方式向往

H2H 普通人 帮助普通人



before

听劝改妆的TA们，
在小红书接受真诚友好
网友们的妆造建议



after

现实生活
体验

每个月有

1亿
创作者

用户分享
生活经验

参考
他人经验

“

化浓妆就感觉自己用力过猛，感觉
美丑美丑的，淡妆的话又感觉没视
觉重心，没啥特点，求意见。

每次鼻翼都会卡粉，眼线画不对称，不会贴双眼皮总
是翘边，时间久了就脱妆。

妆前乳+爽肤水+乳液+粉底液，上妆又润又自然，
真的好服帖啊！一到换季就容易卡粉的姐妹，一定
要试试！

方圆脸腮红怎么打呀求指教，我感觉我鼻子有点大，下
颌角有点肉，美女们鼻子和下颌角怎么修容的呀？

我感觉气垫比粉底液好用，妆效自然，适合新手与懒人。

你可以买亮一个色号。我用的最白色号，和我肤色差不
多，我没有氧化暗沉的问题。还有就是你是不是油皮？
油皮容易出油氧化暗沉，要做好妆前控油。

”

彩妆品牌
入局
小红书

四大价值

人群 在这里
细分

平台级生活方式人群 更精细的刻画 圈层突破

01

品牌 在这里
重塑

趋势种草与品牌理念的创新融合 焕发品牌新活力

03

需求 在这里
衍生

用户购物心智快速积累 高效激发消费决策

02

生意 在这里
增长

小红书种草 全域转化 带来生意全新增量

04

人群在这里 细分

小红书

小红书 3 亿月活用户

二十大生活方式人群

更精细的刻画 助力品牌更深刻理解消费者



「美力加成」

生活方式人群



人群在这里 细分

小红书

「美力加成」人群，激发彩妆营销想象力

STEP 1. 定性刻画

下拆“追求变美”的四层核心驱动力

STEP 2. 以搜索词挖掘

由典型驱动出发拆解典型场景/品类/内容

STEP 3. 种子人群放大

由相似度远近关系归类

美养佳人

1500~2000万

更重视变美的长期主义
及身心体验的人群

风格日抛党

1500~2000万

追求妆容形象的多变，
希望让自己在生活圈中
展现有魅力和新鲜感的
形象的人群

精养奢美族

500~1000万

希望通过保养、美妆
让自己在生活圈中展现生
活精致优越的形象的人

气场精英

1000~1500万

经验丰富、希望通过保养
美妆来展现气场和掌控的
轻/熟龄群体

变美练习生

500~1000万

对保养、美妆时尚处在起
步阶段，期待更多知识和
实践以确保自己更好适应
的职场新人

美研尖子生

500~1000万

精研保养、美妆，并由此
在社会网络中得到更多认
可和影响力的人群

总人群包量级范围：6000~8500万

需求在这里 激发

小红书

“遇事不决小红书”用户将小红书搜索结果
作为 **消费决策** 的重要依据

70%

小红书月均搜索渗透

TA们的搜索心智逐渐增强
更有“搜索主动权”

1.2亿

小红书每月寻求
购买建议用户数

TA们带着“被种草”的心态
期待有用的产品信息

Q 定妆喷雾不踩雷

Q 化妆卡粉浮粉怎么办

Q 改妆听劝爆改

多巴胺妆容

大牌彩妆推荐

美拉德妆容

小红书

新手的第一套化妆品

Q 明星同款妆容

养肤粉底液

新手化妆顺序

毕业照妆容

唇线笔怎么用

Q Clean Makeup

品牌在这里 重塑

小红书

传递 品牌价值



携手平台级大事件 塑造品牌强音

激发 明星势能



借势高点明星 高脉冲爆发

建立 坚实背书



平台级新品IP 为品牌强势背书

引领 当红趋势



On trend社交热点 深度链接用户

生意 在这里 转化

小红书

更强的 生意爆发

88%

小红书Top1000SPU
「种对草」
增速跑赢大盘

18%

■ 小红书商业产品消耗Top1000SPU GMV增速
■ 行业大盘GMV增速，三方电商平台后链路数据

更高的 新客占比

某国货品牌 | 小红书一方人群匹配率达
92%，其中全域新客订单占比84%

一方匹配率92%

品牌全域
购买人群

新客订单占比84%

小红书人群

更高的 客单价值

某国货品牌 | 小红书内容引导订单
价格较品牌全域整体客单价高46%

客单价 +46%

■ 小红书内容阅读7天内触达用户客单价
■ 全域客单价

灵感闪光

2024小红书十大灵感趋势

文化

肤色

风格

色彩

送礼

妆容

成分

场景

多用

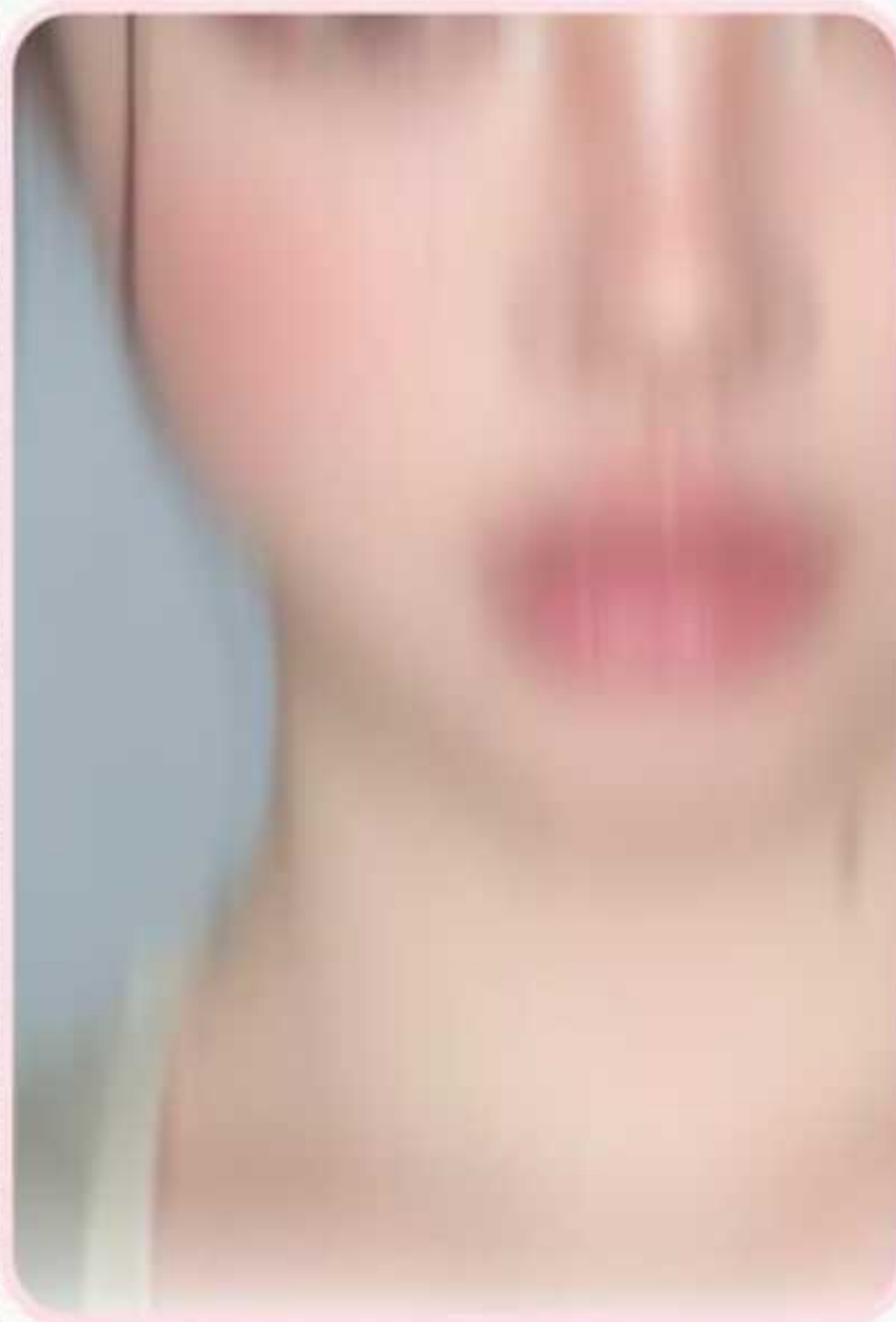
走秀

彩妆灵感十大趋势

TREND

01

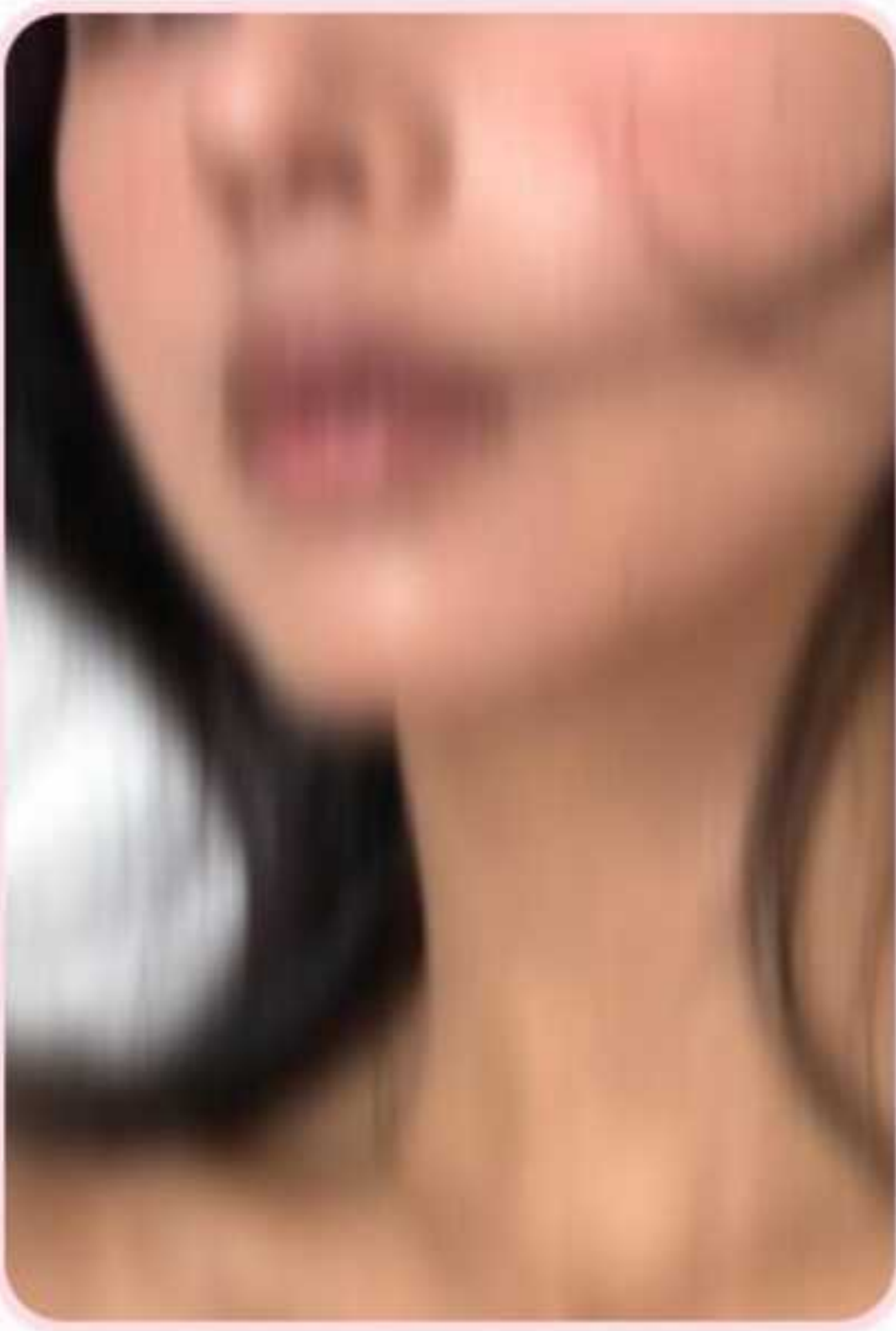
东西方碰妆



TREND

03

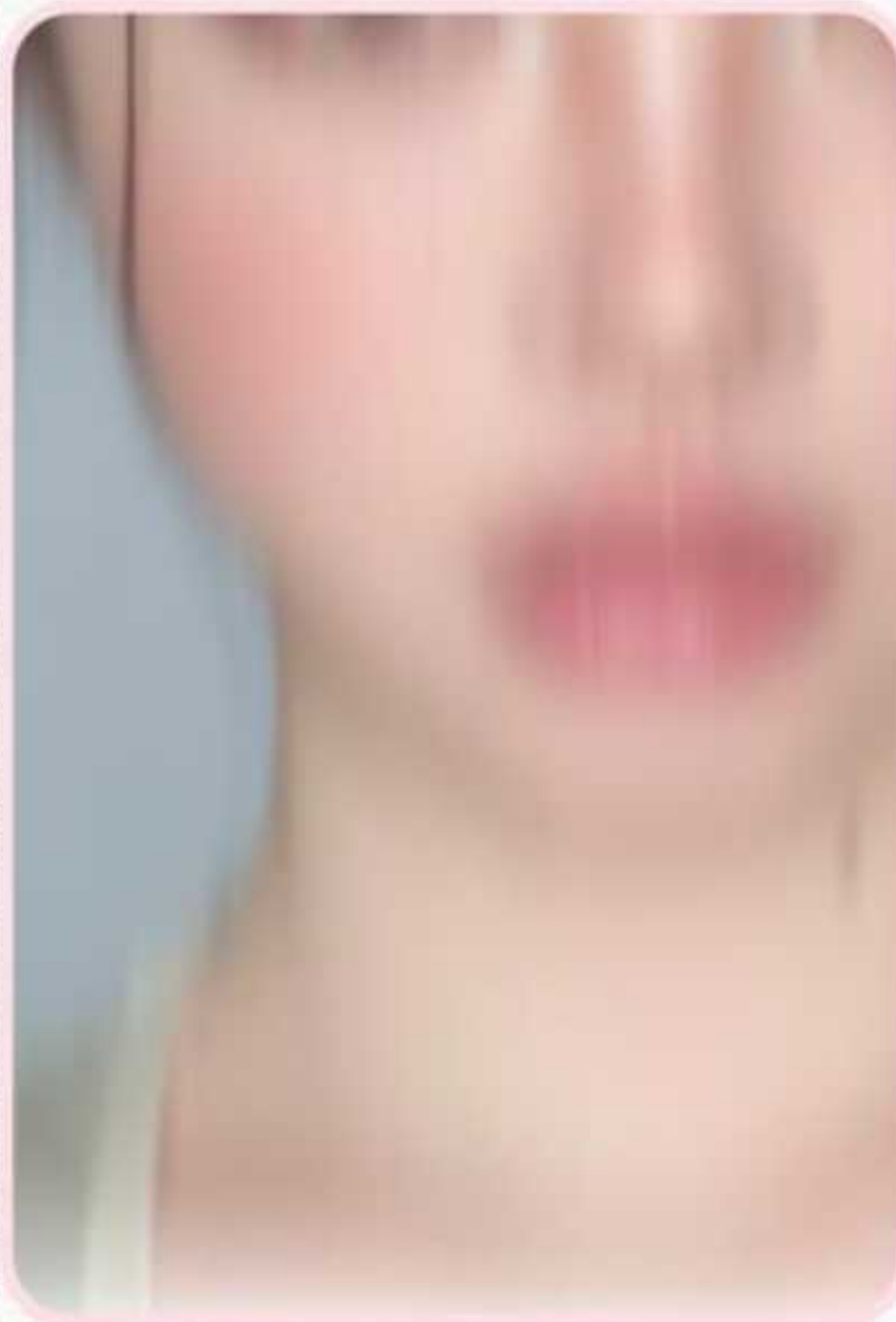
Live原生美



TREND

02

妆容专业化



TREND

04

妆养两双全

TREND

05

择妆释人格

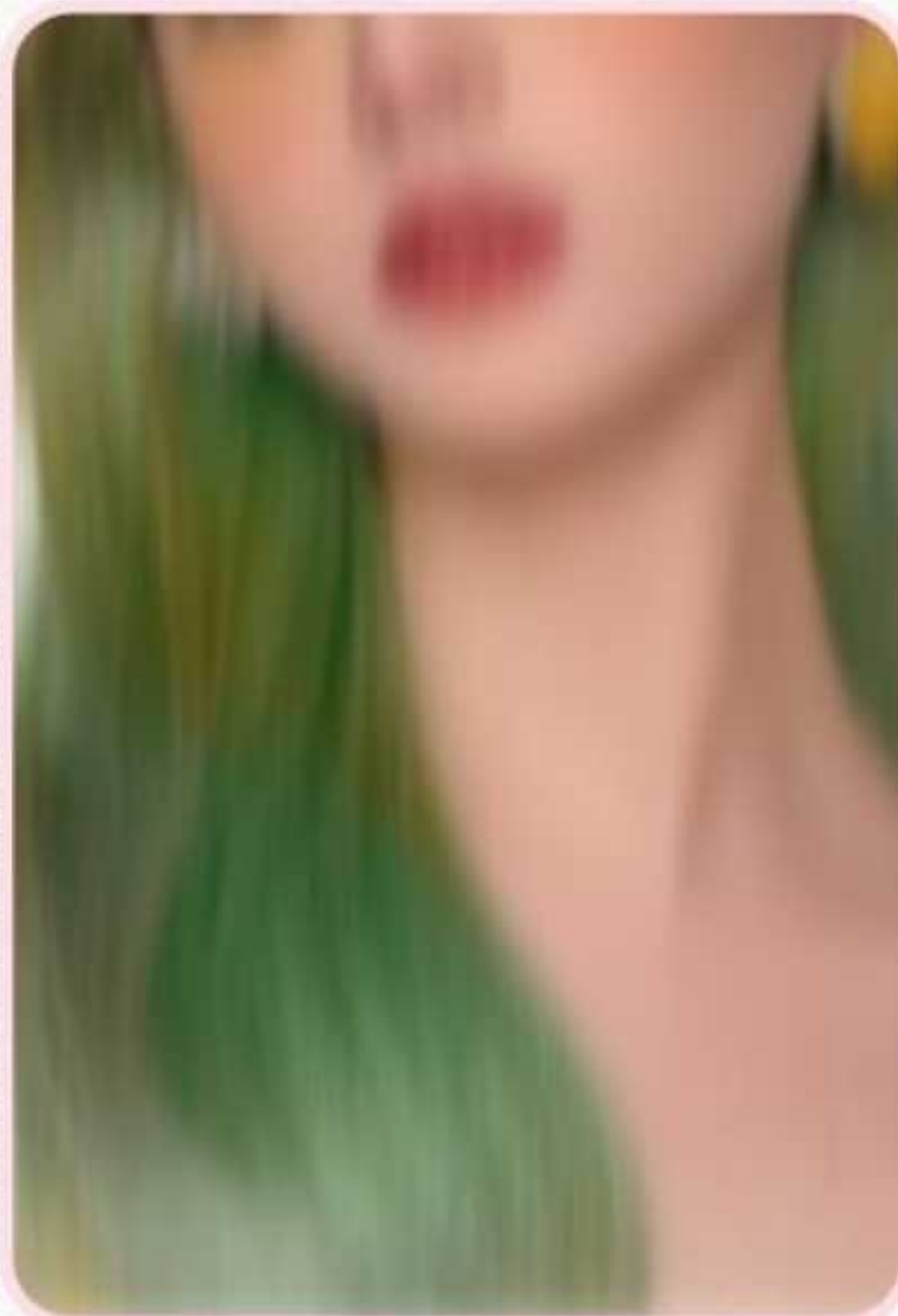
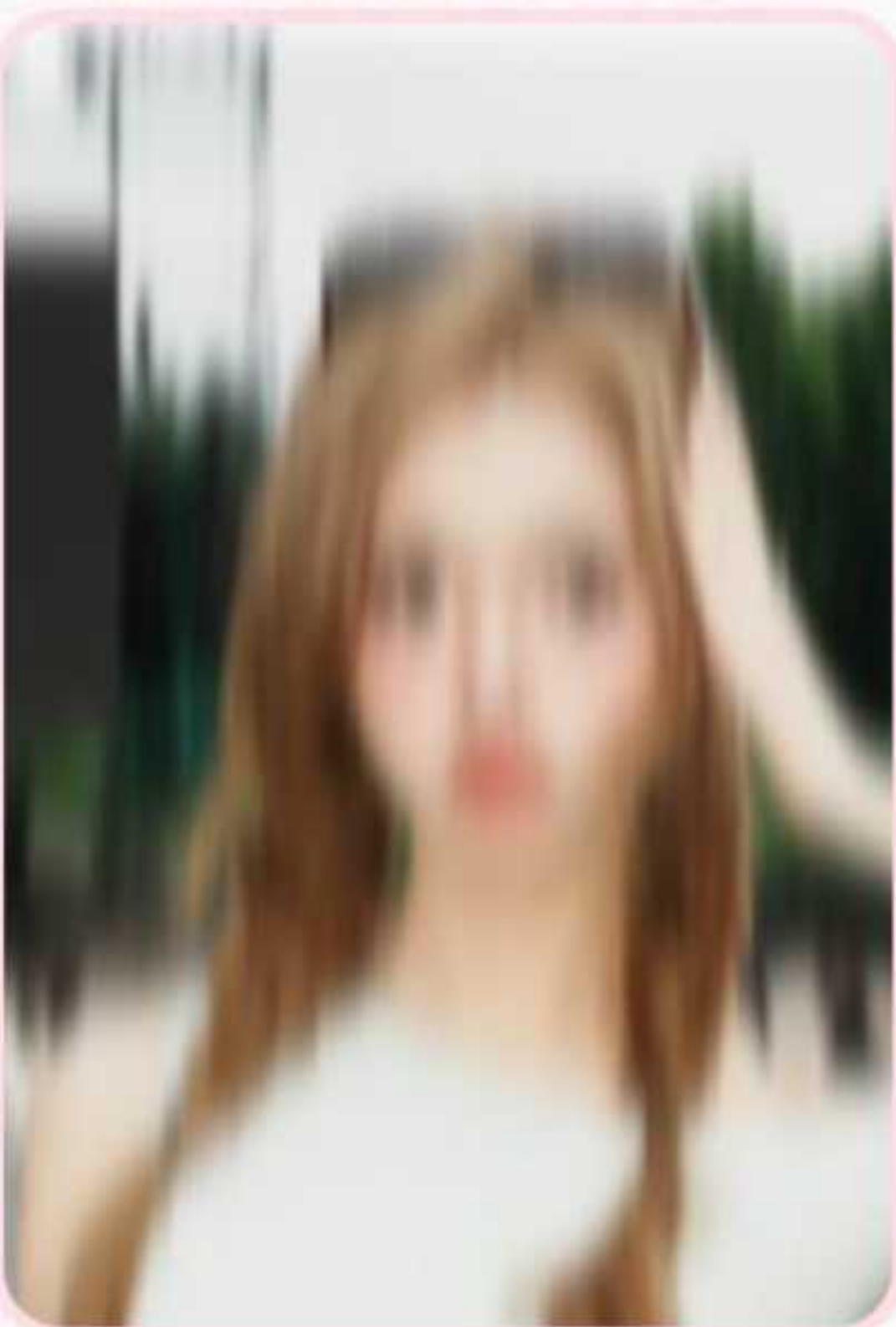


彩妆灵感十大趋势

TREND

06

妆景一体化



TREND

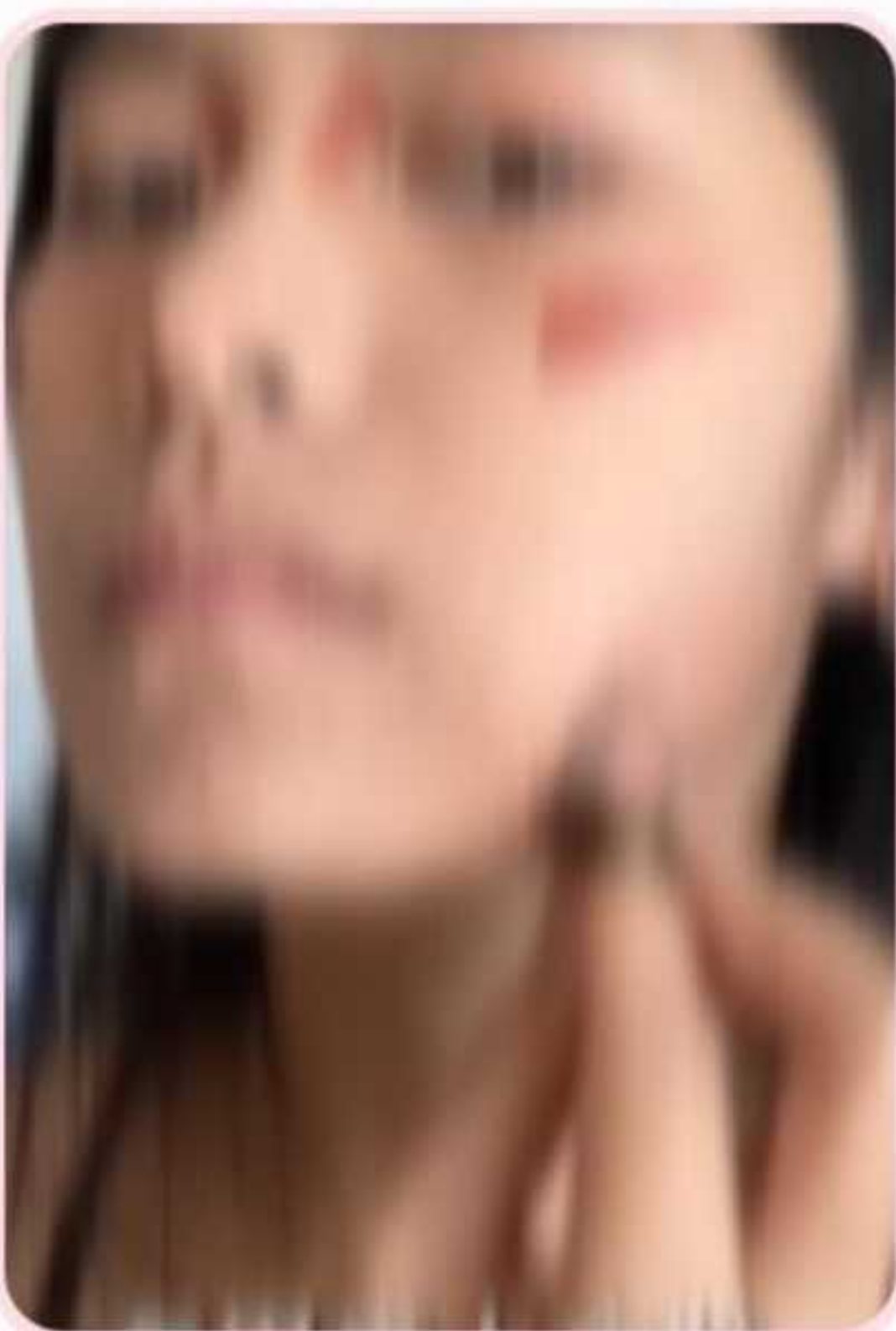
07

妆扮玩出色

TREND

08

一物妆全面



TREND

09

限礼仪式感

TREND

10

灵感自秀场



01 东西方碰妆

东西方文化交融并存，加持彩妆美学新潮流。

喜净与简，妆容表达纯净活力与气韵高级

亚洲美学

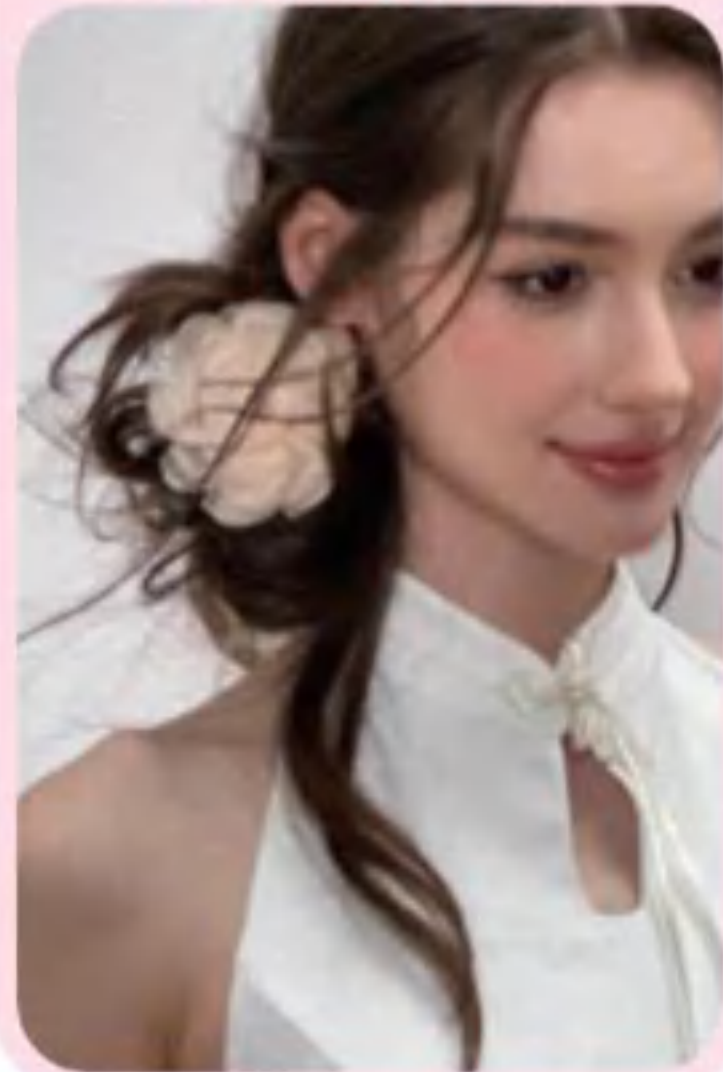
欧美潮流

多元各异，欧式古典优雅美式轻感混血

新中式

彩妆类目下
搜索同比+197%

亚洲美学TOP风格

中式next level
清冷贵气千金感贵气中式
阅读同比378%

国风美学/禅意新中式

新中式国风
阅读同比x79倍

韩系

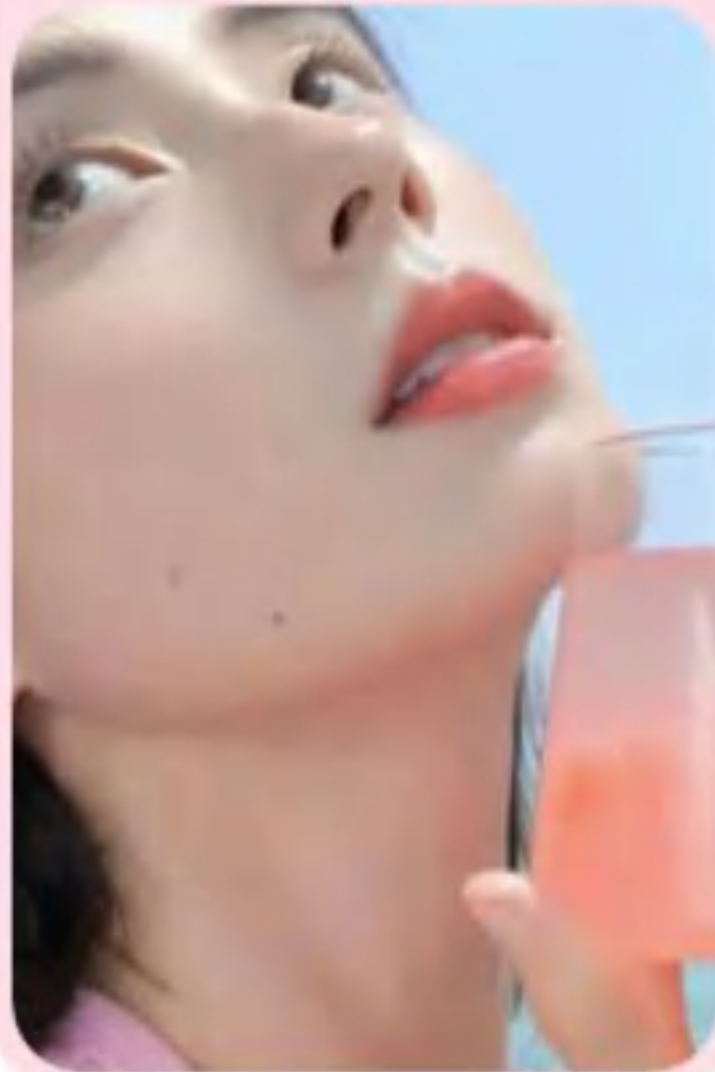
彩妆类目下
搜索同比+401%

亚洲美学TOP风格

韩星吉赛尔仿妆

韩系仿妆
阅读同比869%

水嫩清新/无暇轻氧

韩系氧气妆
阅读同比x79倍

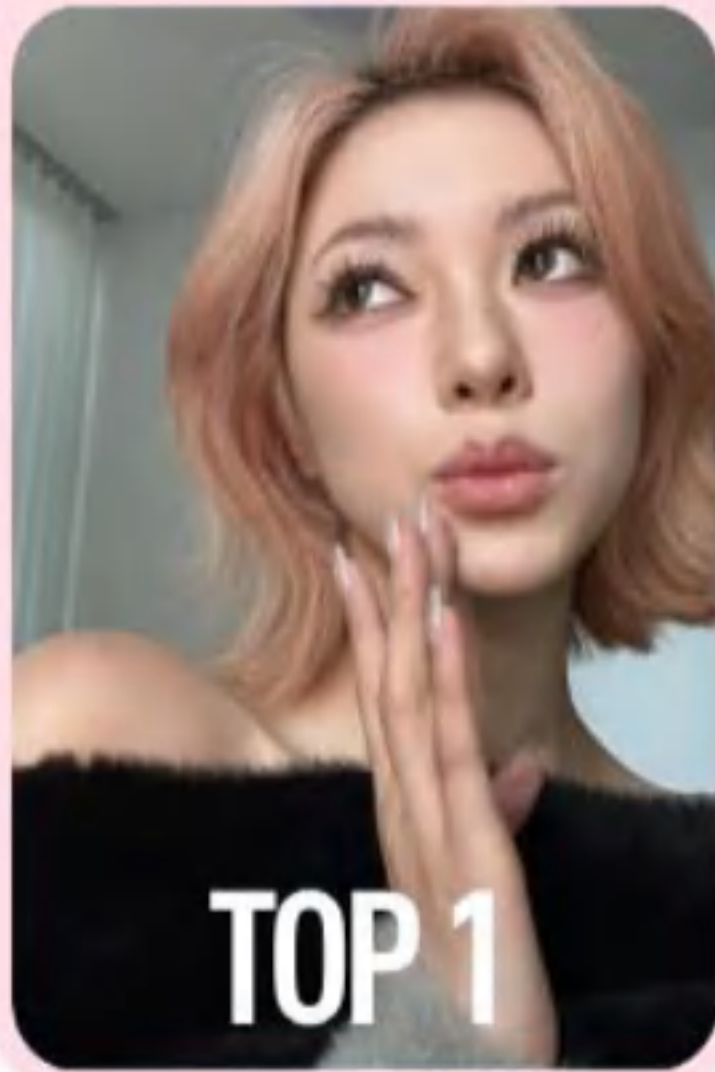
美式

Q 美式甜心妆容

Q 美式韩妆就是氛围感的神

Q 美式亚裔妆

自然透气的亚裔妆感



TOP 1

美式韩妆
阅读同比+278%

意式

Q 意式玫瑰妆

Q 意式风情妆

明艳显贵的伦勃朗美学



TOP 2

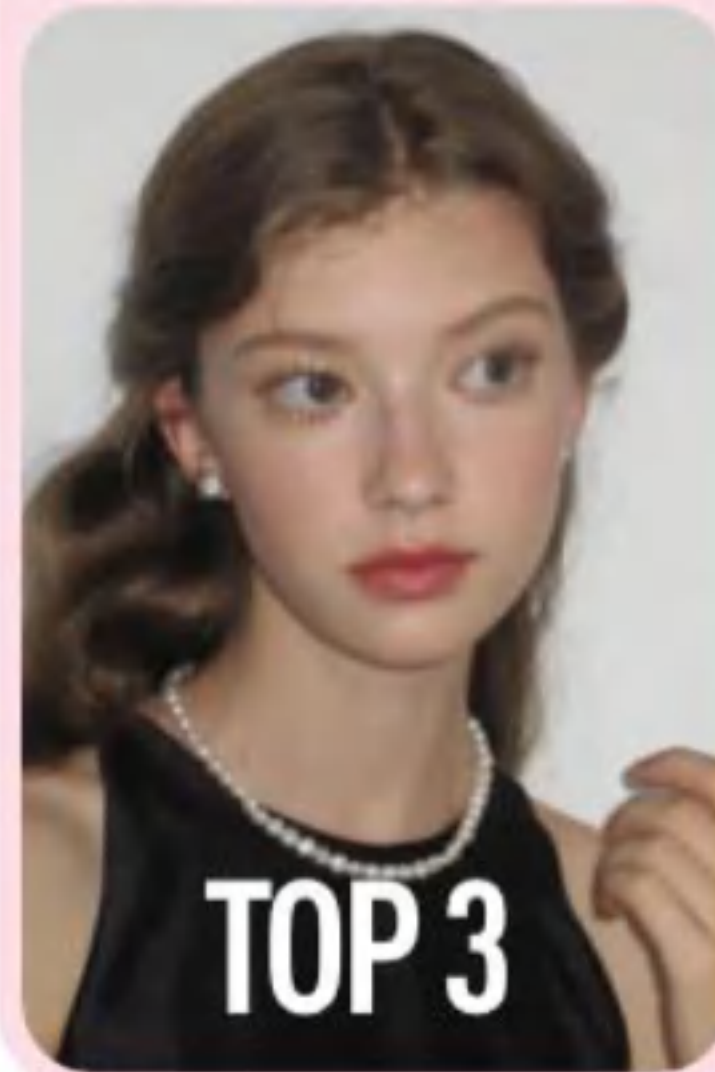
意式美人妆
阅读同比+208%

法式

Q 复古油画/法式宫廷

Q 法式慵懒妆容

古典浓郁的浪漫主义



TOP 3

法式美人妆
阅读同比+38%

02 妆容专业化

人均彩妆大师，用户拥抱创意走向专业。

创意

是用户和小红书共同创造

专业

是形成趋势模仿的基石

H1用户热点妆容

妆容

化妆教程

化妆步骤

韩妆

地母系妆

新中式妆容

全员恶女妆容

人生易如反掌仿妆

张元英同款薄荷曼波妆

新年龙女红妆

小红书美妆呼应发起



#中式妆



#全员恶女



#新年龙女妆



#薄荷妆

● 白色截断线+跳色眼影=截断妆



专业手法，总结公式手法

● 低饱和杏色+睫毛=日常简妆

淡颜眼妆教程

单眼皮淡颜眼妆

内双淡颜眼妆

nyx淡颜眼妆

肿眼泡淡颜眼妆

淡颜眼妆公式

淡颜眼妆精髓

韩系淡颜眼妆

肿眼泡圆眼淡颜眼妆

淡颜眼妆单眼皮

眼妆
公式 +7.8%
搜索同比
公式成妆 手法受关注

「专业」热度持续上升

TREND

03 LIVE原生美

旺盛生命力与妆面灵感碰撞，追求气血感正呈现良性趋势

不止于白 更要 健康感

不止于美 更要 气血感

健康感肤色站内热度蓄势

24H1“美白”新增笔记

亮白

冷白

透白

嫩白

阅读同比
+178%

健康白



#古铜色

24H1搜索同比+39%



#健康白

24H1搜索同比+129%



#黄黑皮

24H1搜索同比+65%

由内而外的气血充盈红润透亮

小红书

气血感美人

24H1搜索同比+1946%



[气血感淡妆]

X妆容风格

#伪素颜

#早八妆



气血感水光肌

X妆效

#水光肌

#原生感



温泉气血妆容

X场景变换

#运动少女气色妆

04 妆养两双全

肌肤护理需求升级，渗透至彩妆领域追求「以妆养肤」

Clean Beauty

纯净彩妆

彩妆届的

本草纲目

“养肤型彩妆”“精华入妆”等内容站内诉求高增长用户追求理念环保与成分安全兼具，**纯净彩妆**出圈

小红书

可持续美妆

24H1搜索同比+101%



#多用膏
粉膏一体盘
+96%
24H1搜索同比



#润养唇油
天然成分养护
+63%
24H1搜索同比



#养肤防晒
美白更耐晒
+71%
24H1搜索同比

#养肤底妆 9w+ 笔记

#纯净彩妆 1w+ 笔记

#唇部精华 搜索YOY 712%

#石榴花提取物

#茶籽油

#虫草粉底液

#植萃粉底液

#积雪草成分

TREND

05 择妆释人格

紧抓on trend热点，以「人设鲜活」打造热点妆容

#中式五行美人



#五行妆容

24H1搜索同比+715%



#五行长相

24H1搜索同比+123%



#浓淡人格分明



#浓人本命妆容

24H1搜索环比+628%



#淡人神妆公式

搜索同比+102%

#MBTI灵感



#MBTI妆容

搜索环比+389%



#E人妆容

搜索同比+278%

06 妆景一体化

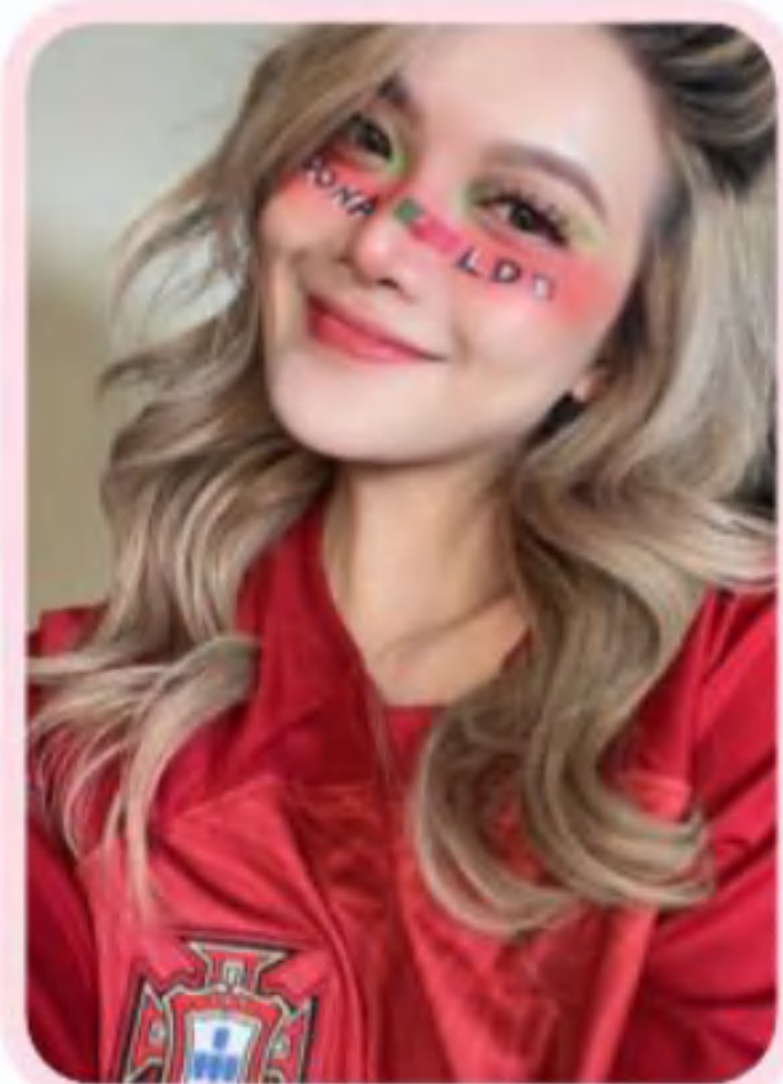
以妆容呼应多元场景变化，恣意玩妆演绎个性

运动 / FIT

随着国际运动赛事号角吹响，以球队同色系搭配活力妆容、穿搭，在运动中尽显热血**酷辣**与**甜美**

#足球元气少女妆

2024欧洲杯期间搜索环比**+3991%**



#Blokecore

24H1搜索环比**+56%**



#足球辣妹妆

24H1搜索环比**+56%**

出游 / FUN

出行热潮涌动，在充满激情与自由的环境中，大胆真我、上镜妆容成必备，打造**随性独特**个性

#淡颜音乐节

24H1搜索环比**+107%**



#演唱会妆容

24H1搜索环比**+282%**

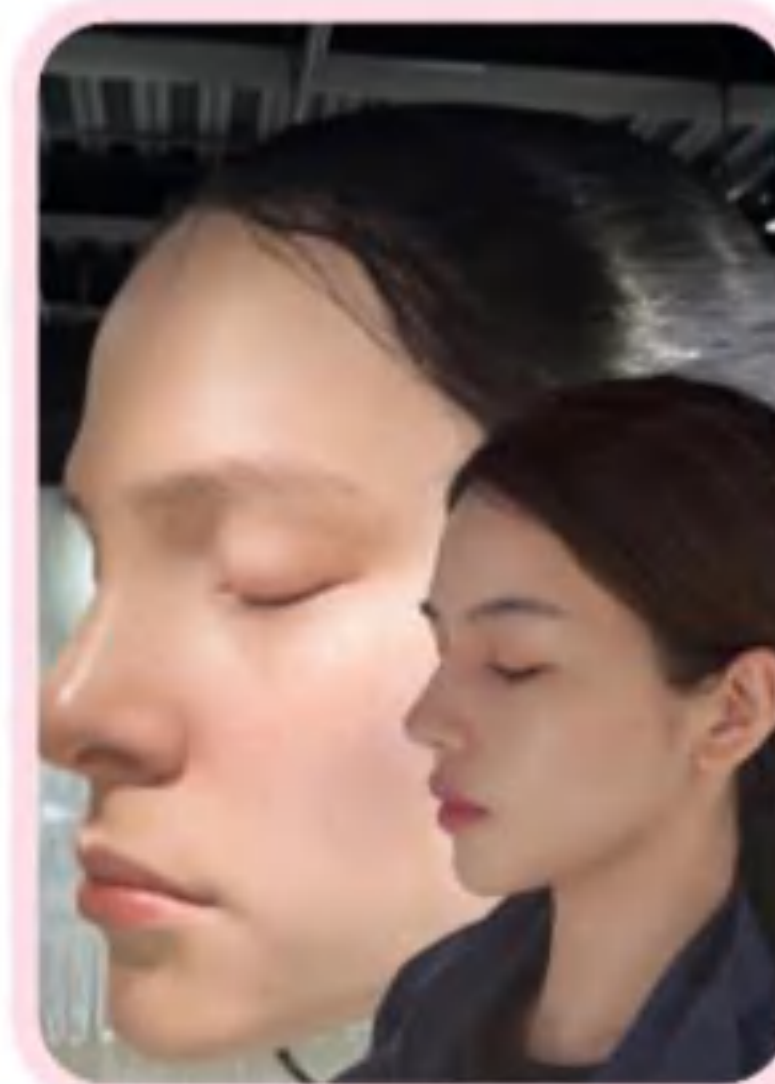
朋克风格
夜店妆容
碎钻烟熏

看展 / CITY

内核稳定又优雅得体，知性气质进阶，搭配清冷、质感色系，养成「**高智感美人**」

#气质清透妆

24H1搜索环比**+79%**



#艺术展妆容

24H1搜索**+100%**



#智性美

24H1搜索**+42%**

07 妆扮玩出色

从多巴胺-美拉德-薄荷曼波，色彩风格不断演变，碰撞引领艺术新潮

玩色「更进阶」

「多巴胺」进阶为丁达尔光影艺术，更为强调色彩的渐变与融合

小红书

丁达尔妆容

24H1搜索同比+449%

相关笔记阅读量3亿+

Q 丁达尔

取消

Q 丁达尔

24万+篇笔记

Q 丁达尔

7万+件商品

Q 丁达尔穿搭

Q 丁达尔妆容

Q 丁达尔配色

Q 丁达尔效应

Q 丁达尔摄影

Q 丁达尔拍照

Q 丁达尔效应是什么意思

Q 丁达尔现象

同色系
搭配
&
临近色
搭配



森林丁达尔

蓝绿渐变色系，
仿佛光影透过树叶缝隙，薄荷曼波妆容
24年1-5月搜索同比+1501%



海洋丁达尔

清新渐变蓝融入妆面，
清爽而又充满活力，Baby蓝眼妆
24年1-5月搜索同比+53%



晨曦丁达尔

淡黄色/橘色/橘红色系，
明亮奔放，元气柠檬黄
24年1-5月搜索同比+405%

玩色「更专业」

小红书

色彩诊断

24H1搜索同比+137%

小红书

化妆师色彩原理

2024H1笔记阅读量环比+400%



专业化妆师
色彩诊断
肤色定位
穿搭&妆容建议...

08 一物妆全面

彩妆「劳模」应需而生，材质进阶更多样，小身躯涵盖多功效

「一物多用」

材质更进阶

多用领域更广阔 功能

「集大成」

彩妆“**长期主义**”“**精简用品**”等消费诉求高增长，用户更注重化妆用品的“**使用比**”，满足快速上妆、出行便携的使用场景

小红书

彩妆多用

24H1搜索同比+81%

相关笔记阅读量**3亿+**

< 彩妆多用 搜索

Q 彩妆多用膏

Q 彩妆多用棒

Q 彩妆多用盘

Q 一物多用彩妆

Q 一盘多用彩妆

Q 多用彩妆盘

Q 毛戈平多用彩妆盘

Q 毛戈平花朝多用彩妆盘

Q 毛戈平多用彩妆盘691

Q 毛戈平玉兰望春多用彩妆盘

多用液

24H1搜索同比+158225%



多用霜

24H1搜索同比+18958%



多用泥

24H1搜索同比+2453%



多用膏

24H1搜索同比+85%



轮廓修容

24H1搜索同比+64%

底妆膏修盘=
粉膏+遮瑕
+修容+高光



全脸成妆

24H1搜索同比+77%

综合盘=
修容+定妆
+眼影+腮红



唇颊一体

24H1搜索同比+130940%

多用棒=
腮红+水光棒+口红

09 限礼仪式感

「彩妆礼赠是仪式态度生活的具象表达」

—— 送礼节点常态、对象多元、潮新联名礼盒高增长

节点有新意

表达情意

#高配得感 2181.9万次浏览

常规礼赠持续高增

爱意礼赠 搜索渗透 43%
母亲节礼物 搜索渗透 25%
生日纪念礼 搜索渗透 10%

#送妈妈口红色号推荐大牌 X178倍

#闺蜜生日礼物 10.2亿次浏览



妆点态度

#浪漫生活的记录者 12.1亿次浏览

#圣诞妆容 +88%

差异礼赠仪式生活

成人礼 搜索增长 +123%
圣诞礼物 搜索增长 +70%
结婚礼物 搜索增长 +46%



诉求有分化

礼盒选择

- 常规「口红礼盒」「彩妆礼盒」大词诉求下行，用户心智随品牌吸睛动作迁移
- 国货彩妆礼盒诉求TOP且高增，「限定/联名款礼盒」是强势卖点
- 国际彩妆大牌心智仍稳健，「圣诞」礼盒是破局关键



男女差异

Q 女性TOP1热搜词

花知晓礼盒

*52万搜索量 主动选新品

送礼对象
母亲节送妈妈/生日送闺蜜/情人节自囤

送礼选择
国货彩妆潮新礼盒/200-300元实用礼物/大牌口红送妈妈

送礼诉求
选品有新意，且合适对方



Q 男性TOP1热搜词

口红推荐送女友

*64万搜索量 被动找攻略

送礼对象
情人节送女友为主（少部分送妈妈）

送礼选择
口红或唇釉王牌色号/大牌礼盒

送礼诉求
贵价体面、女生挚爱



TREND

10 灵感自秀场

「直击秀场审美 引领妆容美学新风潮」

——秀场概念入侵彩妆，时尚引力催生前沿妆造

秀场妆容

23H2-24H1搜索同比增长66%

秀场化妆师

23H1-24H2搜索同比增长125%



#海神妆
搜索增长621倍

#高智感妆容
搜索增长10倍

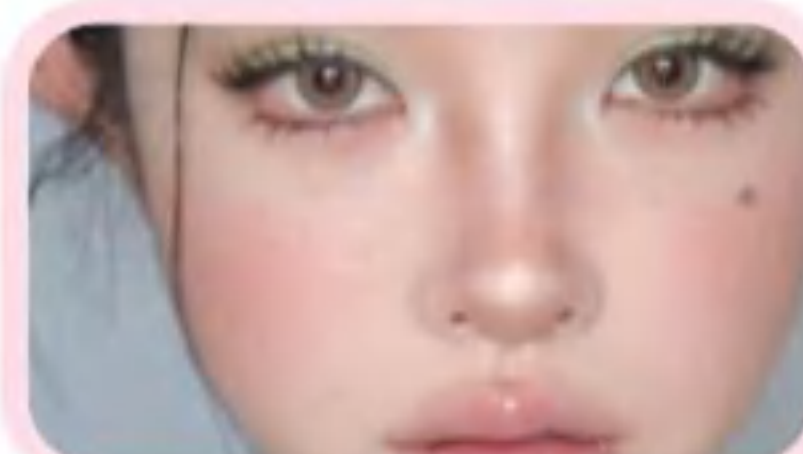
#小烟熏
搜索增长+56%

「Office Siren办公室海妖」 演绎兼得专业与个性的职场场景新人设

24年H1，小红书全站#officesiren #办公室海妖 相关内容热度大涨，#职场海妖风 被收录为2024小红书时尚趋势之一，话题阅读量同比增长76倍。这种美学风格代表反差元素的女性力量，表达时而高知精英时而大胆叛逆的职场女性人设。



#恶女妆
Y24H1搜索同比x21倍
女性力量
——巴黎世家全员恶女



#氧气感妆容
Y24H1搜索同比+248%
万物生机有灵
——植物系穿搭



#春日鲜花妆
Y24H1搜索同比x4709倍
极繁主义回归
——花卉上身/上脸



#蝴蝶结妆
Y24H1搜索同比+833%
洛可可鬼马少女
——蝴蝶结效应

小红书

PART 04

美美与共

小红书彩妆营销价值解码

国货彩妆品牌营销解码

国际彩妆品牌营销解码

China Makeup

国货彩妆品牌

营销解码

Product Selection

选品诊断

Product Seeding

产品种草

Whole-area Operation

全域经营

Brand Building

品牌建设

彩妆品牌入局小红书，差异化选品思路

Q1

品类趋势是否优？

A1

结合小红书站内彩妆赛道洞察，
选高增长、高热度、竞争蓝海的细分趋势品类（如美妆工具）

节日节点、应季需求的趋势品
（如夏季防晒喷雾、七夕彩香礼盒）

趋势优

Q2

口碑评价是否佳？

A2

结合口碑平价，优先NPS高于行业
均值、具备优质口碑、受用户欢迎
程度较高的产品。

口碑佳

Q3

产品搜索是否高？

A3

本品牌站内搜索热度高、排名高、
搜索有增长态势的产品。

搜索热

Q4

品类卖点是否新？

A4

特色新品发布，如限定款、联名款
首发，升级款新品上市（新色号/质地/包装）

赛道内品类首创（如多用棒、磁吸
假睫毛、气垫唇粉霜等）

卖点新

差异化选品

从底妆转战多用膏 奏响赛道TOP1斐然成绩



RED CHAMBER

选品 底妆主推品出师不利，乘趋势聚焦高潜小品类SPU

● 主推品粉底液难以杀出赛道红海

22年H1彩妆品类搜索竞争格局



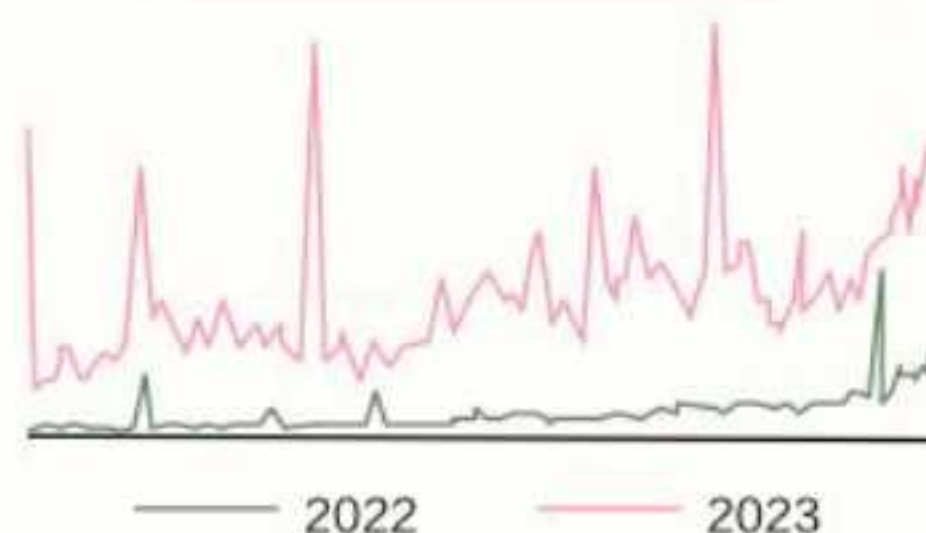
站内心智/热度不佳

SPU搜索排名70+

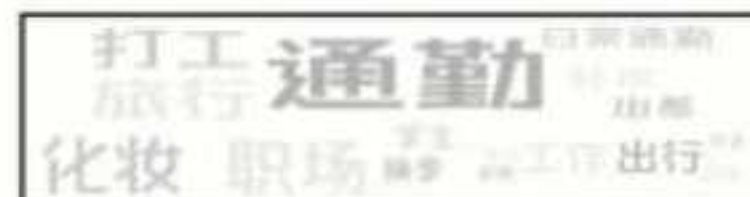
SPU阅读渗透排名50+

● 锚定高潜力单品精准出击

「多用膏」Y23搜索同比+634%



Y23M1-10「多用膏」场景关联词云



● 高潜SPU圈定
一膏多用
单颗成妆

种+转 反漏斗种草策略拓圈场景人群，闭环即时转化

● 场景化高效种草 双通道式人群反漏斗模型



● 自闭环种转一体 商品笔记+买手矩阵+店播全面布局

品牌人群资产总量环比+198%

GMV同比增长

+100倍

Y23M9同比上年同期

小红书彩妆品牌
单月GMV首个突破

500万+

Product Selection

选品诊断

Product Seeding

产品种草

Whole-area Operation

全域经营

Brand Building

品牌建设

小红书的 四级种草力

企业产品战略

提供产品组合化策略



产品生命周期 × SPU解决方案

基于不同SPU生命周期，制定产品市场战略



KFS-优质内容快速精准放大和卡位

优质内容价值精准，快速、长线、低门槛释放



产品内容自然分发

KOL/KOC/KOS/UGC等社区流量的自然分发

产品种草

老品焕发新生「Blank me」

反漏斗人群破圈，传递「松弛美学」，引爆明星单品月GMV破200万+

117%

Blankme半分一
透亮小源泉粉底液
搜索指数环比提升

43%+

松弛舒适派人群
渗透率提升

Before 55% After 63%

IP合作前后
高线城市占比提升

种草先行 | 明星爆文+PGC带动热度激增



高点引爆+长线运营 | 买手董洁x品牌 品质调性结合

IP资源放大明星势能
引领「松弛底妆」新趋势



数据以截止6/9对比截止5/9

IP合作期间
松弛人群破圈渗透

43%
松弛舒适派人群
渗透率提升

36%
轻奢人群
渗透率提升



店播月GMV增长 49%

店播GMV占比增长 69%

产品种草

新品人群破圈「INTO YOU × Pantone」

洞察玩色心智，反漏斗助力新品「冷感系列」破圈秀展、尝新人群，高效拉新

176%

声量出圈：
带动品牌站内热度激

59%

人群渗透：合作前后
环比渗透提升

175.5%

「INTOYOU新品」
搜索环比提升

IN TO YOU

品牌
人群

口红品类人群
彩妆大盘人群

妆容兴趣人群
美妆个护趋势人群

秀展人群
尝新人群
奢美人群
明星同款人群

KOL/KOC 冷感妆面灵感



Step01

洞察先机 情绪捕捉：

站内多巴胺趋势火爆，用色彩回应TA诉求

Step02

声量引爆 快速渗透：

联名新品引入，以冷感趋势带动产品关注

Step03

趋势引领 人群拓圈：

精准投放实现优质人群资产沉淀

*图片来源：@草莓桃子破晓、@todaymay、@16小祖宗

产品种草

「MLF 梅兰芳即兴眼彩棒」新品势能引爆

找准人群发力点以**小搏大**，人群×场景×买点精细化种草破圈

142%

眼妆赛道
「音乐节演唱会」
场景渗透环比提升

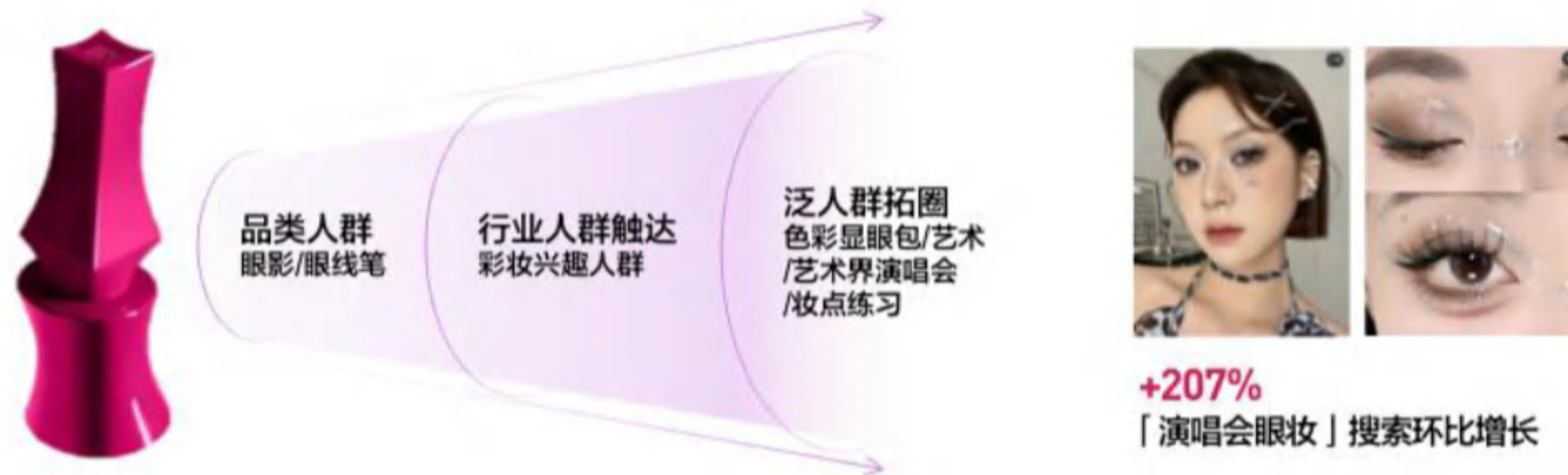
TOP 1

眼妆赛道「眼彩棒」
类目品牌搜索排名

290%

MLF眼彩棒
搜索环比提升

捕捉Niche机会 | 眼部彩妆人群及场景数据洞察



人群 × 场景 × 买点 | 匹配人群需求打造精细化内容矩阵



艺术玩妆派
趋势妆容分享



妆点练习生
自造妆容教程



音乐爱好者
场景植入沟通



彩妆追新人
垂类新品测评

*图片来源：@oolivia、@InBruges、@云子、@MLF的MOTD、@羊羊不是阳阳、@方方FANTA...

Product Selection

选品诊断

Product Seeding

产品种草

Whole-area Operation

全域经营

Brand Building

品牌建设

小红书种草 全域转化

Part 01 从种草 到全网转化

小红星

小红盟

Part 02 小红书 自闭环

产品组合战略

全域经营投放

【小红星】：“小红书”与“淘宝联盟”合作项目

助力商家实现营销链路分析，完善种草效果评估体系



【小红盟】：“小红书”与“京东联盟”合作项目

已支持数据100%回传 **NEW**



从种草到全网转化

「橘朵」小红星高效放大种草势能

前置内容蓄水，大促期高效转化抢占心智

71%+

小红星进店率
环比提升

28%+

小红星CPUV
环比降低

50%+

新访客UV占比

内容赛马，探索高进店笔记模板

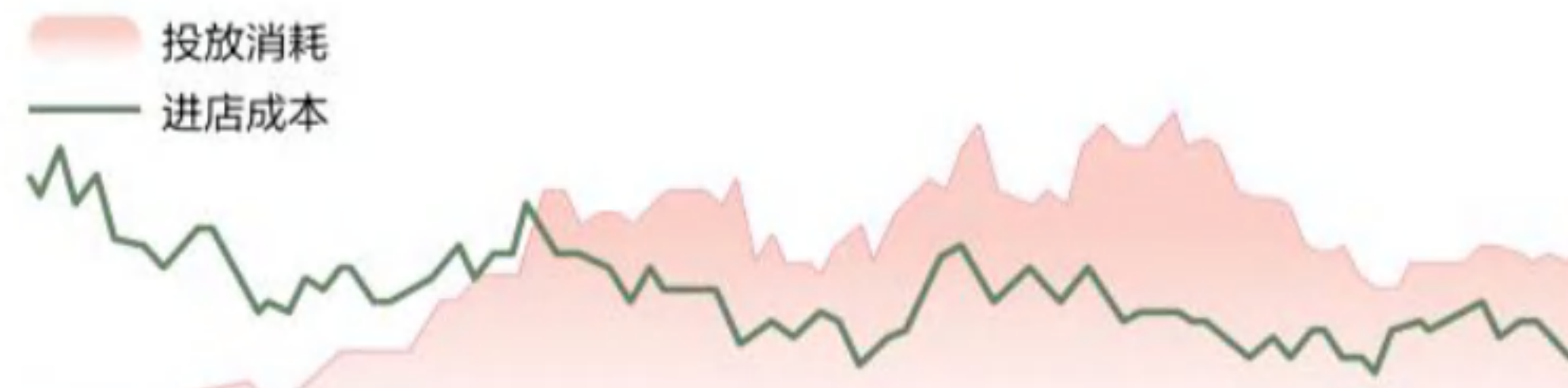


大促期优质流量持续投流，降低进店成本

26%
蒲公英内容

47%
信息流

27%
搜索



蓄水期

素材测试，蓄水预热

内容：投流
40%：60%

爆发期

充分放大，抢占心智

内容：投流
20%：80%

延续期

持续引流

内容：投流
30%：70%

*图片来源：@年糕小七、@不另外加糖、@蔓丫a

小红书种草 全域转化

Part 01 从种草 到全网转化

小红星

小红盟

Part 02 小红书 自闭环

产品组合战略

全域经营投放

专属小红书的差异选品价值

500+万

单品牌单月GMV突破

2800万

品牌H1GMV突破



● RED CHAMBER

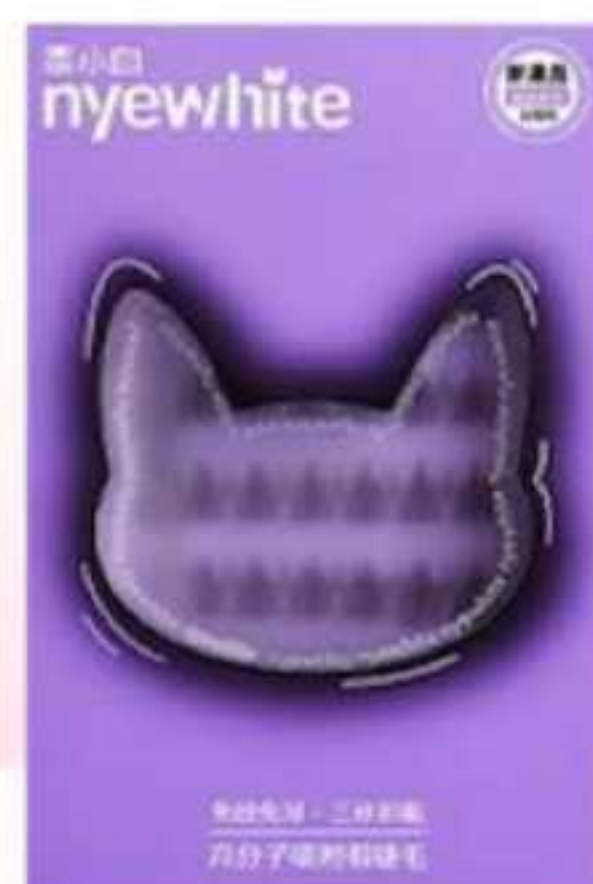
新品品牌

300+万

单品牌单月GMV突破

520+万

单品Q2GMV突破



● 奈小白兔粘假睫毛

新品品类

200+万

单品单月GMV突破

136%+

品牌搜索热度环比提升



● 橘朵唇粉霜

新产品

新品牌

RED CHAMBER

蚂蚁雄兵买手矩阵先行，商品笔记、店铺直播布局共筑纯净彩妆生意



RED CHAMBER

中国纯净彩妆品牌
“一物多用”新品类引领者

品牌2024年上半年
站内GMV突破

2800万

买手直播快速冷启
商品笔记+买手直播+店铺直播
全域经营促转化

起量阶段

蚂蚁雄兵买手直播开启闭环探索

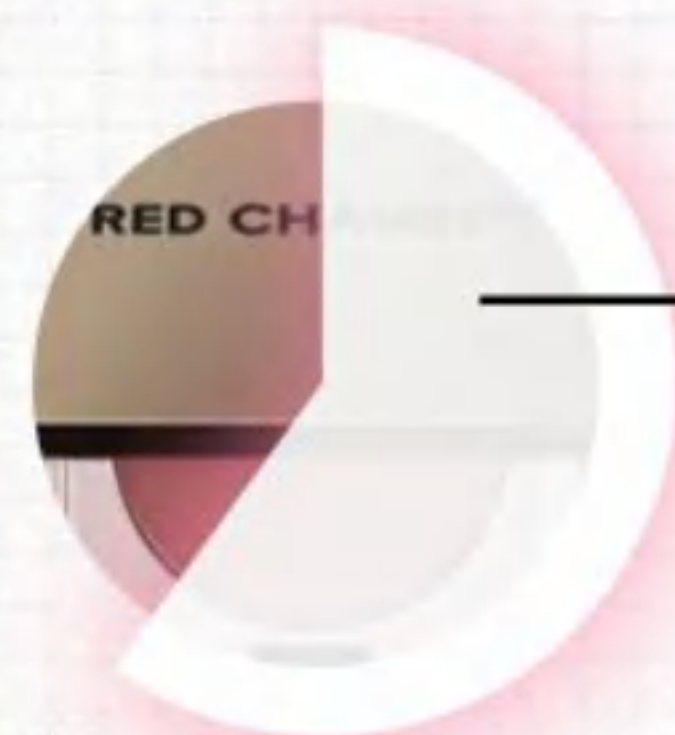
店铺单月GMV

20万

每月拼场直播次数 40场

买手直播探索

2个头腰部美垂买手绑定
50+个腰尾部时尚/保健/美垂买手铺量



买手直播 60%
商品笔记
其他

*起量阶段月均



经典单品多用膏
GMV贡献

店铺客单价 100元+

成长阶段

商品笔记+买手直播稳生意底盘

店铺单月GMV

300万+

买手直播升级
头腰部买手专场 80%+

商业笔记

企业号
转载二创



买手笔记

合作博主
商品合作



买手直播
商品笔记 50%
其他

*成长阶段月均



经典款、七夕款多用膏
GMV贡献

店铺客单价提升 5%

爆发阶段

商品笔记+买手直播+店铺直播销量跃迁

店铺单月GMV

500万+

品牌店播

日播
18h/天



买手直播
店铺直播
商品笔记 40%
其他

*爆发阶段月均



主推产品矩阵
GMV贡献

店铺客单价提升 50%

新品类

奈小白NYE WHITE

假睫毛新贵快速冷启动打造种草新场域，实现百万店播养成记

奈小白
nyewhite

奈小白

免沾胶技术先行者
“免胶免卸，三秒上眼”

品牌2024年Q2
站内GMV突破

520万

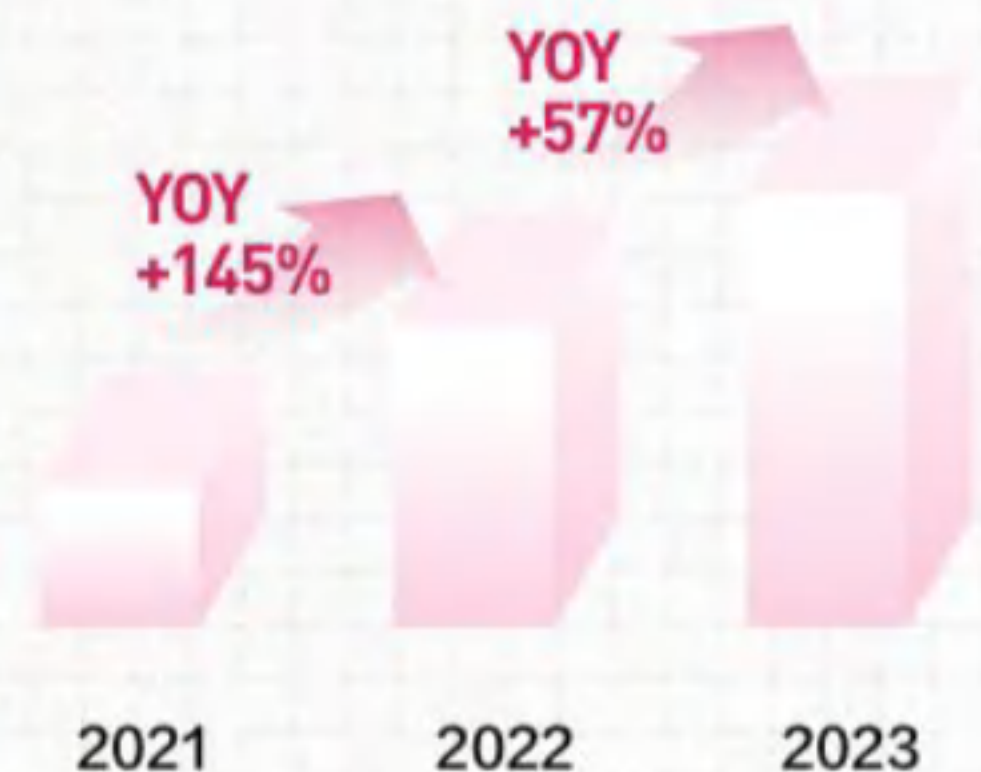
直播推广+种草破圈

店播冷启

灵犀洞察找准赛道，直播间调优

灵犀行业洞察 挖掘假睫毛赛道需求增速迅猛

2021-2023彩妆小品类&工具类
搜索热度连年攀升



直播间调优 优化直播话术和主题 提升进播和留存



优质内容

独特脚本

高频沟通

成长阶段

投有效观看拉人气，加速测货品
主投ROI，充分放量推高GMV

投直播间有效观看 拉升直播间人气，帮助更快测品

直播卡一跳引流
笔记二跳引流



结合热门款式优化SPU 定制小红书限定双盒货品组合

23年Q3小红书假睫毛热搜≈

狐系假睫毛
自然假睫毛
太阳花假睫毛
麦穗假睫毛
猫耳朵假睫毛
女团假睫毛

小红书独家组品策略
高客单套组双盒两款99元



拉直播时长 充分发挥放量势能

Before

6-8h/天
一周4-5天

After

12h/天
整周不间断

After

品牌

假睫毛
人群

时尚穿搭
人群

春日妆容
人群

种草反哺

KFS种草投放，为后续店播赋能

蒲公英邀约博主合作 合作笔记迎合趋势，实现内容种草



早八党福音

30s贴好睫毛教程

奈小白产品测评

单眼皮肿眼泡眼妆教程

种草投放优质笔记 人群破圈，为店播放量积累资产

种草预算分配

KOL
20%

Feeds
60%

SEM
20%

新产品

橘朵百万新品「唇粉霜」



橘朵气垫唇粉霜

冬日治愈上新
玩出唇间暖意
¥69/支

品牌2024年上半年
站内GMV突破

1600万

商品笔记+买手直播+店铺直播
全域经营促转化

起量阶段

洞悉「暖意」需求
不止于身暖 妆容也要暖暖的

店铺单月GMV

100万+

「抱一抱」暖暖上新

主张「冬日有抱抱 妆容暖暖的」

产品亮点：踩准秋冬场景+on trend唇妆色号
奶咖色/红茶棕/山楂红/甜柿色



*起量阶段月均

买手直播
商品笔记 70%
其他



百万新品唇粉霜
GMV贡献15%+

店铺客单价 **65元+**

成长阶段

商品笔记&长线店播
势能叠加助力新品引爆

店铺单月GMV

240万+

品牌
店播



商品
笔记



*成长阶段月均

买手直播
店铺直播
商品笔记 55%
其他



百万新品唇粉霜
GMV贡献30%+

店铺客单价提升 **15%**

爆发阶段

单品快速成长，共振店铺经营

店铺单月GMV

350万+

新品出道即爆
带动品牌声量

新品期间
站内讨论热度环比 **67%**

品牌搜索
热度环比提升 **142%**



*爆发阶段月均

买手直播
店铺直播45%
商品笔记
其他



百万新品唇粉霜
GMV贡献60%+

店铺客单价提升 **5%**

小红书生活方式电商 全域投放经营

商品笔记



公域引流种草机

买手直播



机会人群促转场

店铺直播



中心化运营阵地

群聊工具



私域运营放大器

商家经营路径 成功方法论

0-1

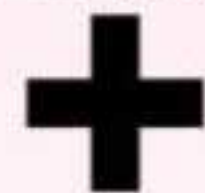
商家入局

头部买手 高点脉冲

买手矩阵 蚂蚁雄兵

商品笔记 边种边买

冲击百万
声量引爆



1-10

经营进阶

长线店铺直播

群聊私域运营

10-100

更多经营可能

流量放大 突破天花板

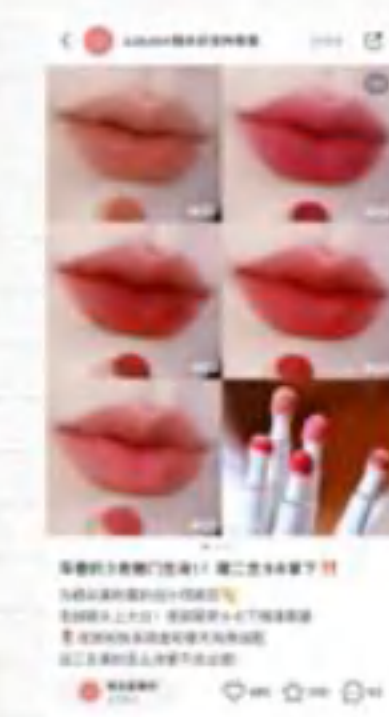
电商营销持续规模化放大电商流量

充分利用投放工具 店播长线运营，销量1-10持续进阶

店播运营
12h*7场/周



超百篇笔记放大引流
基建数量多，内容质量好



托管功能
NEW

活跃笔记100+篇
活跃计划150+条
素材强调Offer
优质笔记储备转载

群聊深度运营
拉观播、促转化、加强用户黏性



精准人群破圈，触达高潜
高级定向+智能扩量，快速度过冷启

高级定向 + 智能扩量
NEW

核心人群
兴趣人群
泛人群

粉丝人群 | 品牌种草人群

电商行为人群 | 品类兴趣人群 | 礼赠人群

节促人群 | 尝新人群

都市夜生活场景人群
| 白领通勤人群



店铺月销
创新高

350万+

单场直播
GMV突破

20万+

人群资产
持续增长

1.5倍



群聊赋能经营

活跃群成员
直播曝光提升

95%

群聊用户/大盘
GMV转化效率

300%

群聊用户
复购率提升

250%

彩妆联名上新首播即售罄，群聊玩儿出新花样

直播前

群聊 × 选品



群内选品真诚听劝
选定选定小红书独家赠品&直播货盘新增洗脸巾

群聊 × 预约



多渠道引导入群

首播预约人数累计**3500+**
首播预约用户贡献**GMV50%**

群聊 × 内购



专属1元内购福利

直播中

群聊 × 直播引流



直播动态TAB+商品卡片+商品笔记
强势收口直播流量

直播累计观看**2w**人
群聊用户平均停留时长**13分钟**

群聊 × 答疑



加群
私域沉淀

实时答疑
促转化

直播日发言活跃成员**增长5.5倍**
群内热聊，单日总发言数**近1000条**

直播后

群聊 × 晒单



订单+开箱真实分享
群内用户自发热议

首播日后群内，日均信息发布**近200条**

群聊 × 复购



播后求购热情高涨
口碑发酵增加好感

单周群聊人数**倍增7倍**

群聊用户进入直播间**超74%**

群聊用户贡献GMV占比**20%**

群聊用户支付转化率为均值**3倍**

群聊用户平均停留时长为均值**5倍**



Product Selection

产品诊断

Product Seeding

产品种草

Whole-area Operation

全域经营

Brand Building

品牌建设

小红书营销IP特色公式

小红书特色内容

(社区趋势+语言体系)



整合资源营销



用户体验

把大家的「生活现场」
变成品牌的「内容营销场」



2024年彩妆招商IP全景图



我们与用户一起

用生活打开营销的万千想象

小红书营销IP 的有效价值 「极光指标」





品牌建设

橘朵 惊艳亮相春晚舞台 携冰熨斗唇釉 打造「春晚同款」品牌大事件

01 人群渗透

亮相春晚舞台&直播间明星化妆师种草



+329%
#春晚人群 渗透环比

+611%
#龙年趋势妆容人群 渗透环比

03 热度积累

成全民关注热点

×1083倍

春节期间，冰熨斗唇釉
搜索热度提升

+3200%

品牌相关笔记
发布涨幅

02 心智变化

品牌定制H5沉淀关注热潮
掀起全民追捧“春晚同款唇釉”沉淀口碑

SPU词云

「春晚同款」、「马凡舒同款」**NEW**

04 口碑激发

激发闭环冲高3.8生意全面井喷

×170万+

3.8焕新季期间SPU
GMV

+323万+

橘朵店铺
总GMV突破

Beauty

大家的春晚

小红书2024春节春晚样式直播

活动规则

(春晚同款)
唇釉

JUDY
橘朵冰熨

春晚同款唇釉
精致金属刷头

[3.8焕新季X
春晚造势 3.8承

春晚同款唇釉
JUDYDOLL 橘朵

春晚同款
节点衔接助力

※
龙年[春晚同款]出炉
一起八倍镜看春晚※

品牌建设

花西子 × 慢人节 链接线下“重回一倍速”的生活方式 同频传递夏日「玉养好气色」



01 人群渗透

高效实现核心人群渗透

+112.7% **+67%**

品牌总人群资产
整体增幅

「美养佳人」
IP前后渗透环比



03 品牌形象认知

打造站内爆款「慢养好气色」心智输出



花西子玉养大理
蜜粉饼 慢生活
慢节奏 玉养一夏

02 口碑激发

×1083倍

蜜粉SPU
NPS

+3200%

粉饼SPU
NPS

.....→ 高于行业
大盘均值

04 内容积累

激发UGC主动创作 沉淀优质内容资产

1525w+

IP合作期间
累计话题总浏览量

品牌建设

完美日记 × 新风向制造局 洞悉唇部彩妆新趋势

自造「妆养唇」风向，以新品撬动品牌升级之路

01 人群渗透

实现核心人群精准渗透

+31.1%

品牌总人群资产
整体增幅

+147%

「干唇人群」
IP前后渗透环比



02 口碑激发

推动品牌高端化转型

22%

新口红
NPS

高于行业
大盘均值

03 品牌认知

成功塑造「妆养唇」心智输出



04 热度积累

快速提升品牌站内关注度，新品生意爆发

1525w+

IP合作期间
累计话题总浏览量

International Makeup

国际彩妆品牌

营销解码

国际彩妆品牌细分赛道

奢品基因高定彩妆品牌



CHANEL



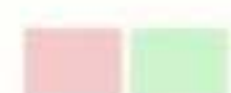
ChristianDior



YVES SAINT LAURENT



VALENTINO



PRADA



GUCCI

以高定秀场审美作营销放大器
以应季色彩拓新多品线影响力

专业彩妆师品牌

MAKE UP
FOR EVER
PROFESSIONAL PARIS

shu uemura

BOBBI BROWN

MAC

NARS

Charlotte Tilbury

发挥专业彩妆「主理人」特色
以专业内容打造传递彩妆体验

海外小众彩妆品牌

MISTINE
hince

用户深入参与产品
以风格突围，站稳赛道

国际彩妆品牌营销策略全景



Couture

奢品基因

高定彩妆品牌

Professional

专业彩妆师品牌

Niche

海外小众

彩妆品牌

奢品基因高定彩妆品牌 造势

秀展主题推广

“看秀-聊秀-绎秀”与秀场共创，上新限定主题高彩，top down时尚妆造心智

直播看秀 尖端审美引领主题上新

春夏/秋冬时装周 聚拢最多秀、最懂秀阵地

时装周周看 FashionWeek.ly

年度大秀日历实时更新

时髦精博主组成观秀团前线热评

用户互动玩法赢大秀妆备

单品牌入驻 定制沉浸式看秀主阵地

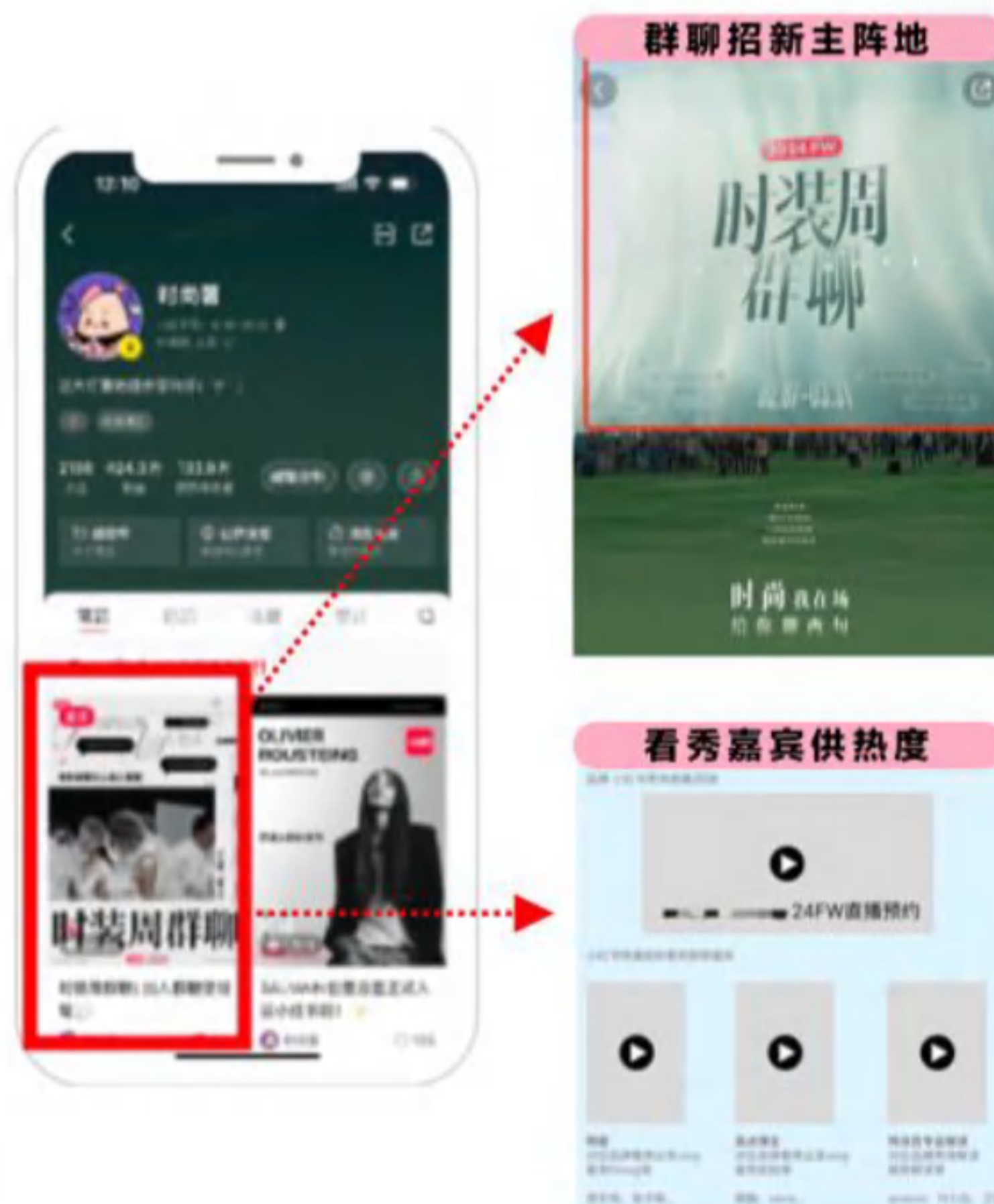


秀场主阵地：预约->预告->直播，一站式聚拢品牌看秀流量

内容种草场：看秀前中后，时尚解读-秀场妆教-大秀亮点全覆盖

私域聊秀 圈层热议拱高主推趋势

握手时尚薯，群聊私域放大器前排造势



群聊招新主阵地

看秀嘉宾供热度

全民绎秀 o2o活动掀起用户时尚生活方式

社区共建大家时装周，线上下玩转时尚生活感

线上「生活时装周」直播演绎品牌时尚感



线下 门店联动，全民绎出秀场同款提升销量



奢品基因高定彩妆品牌 经营

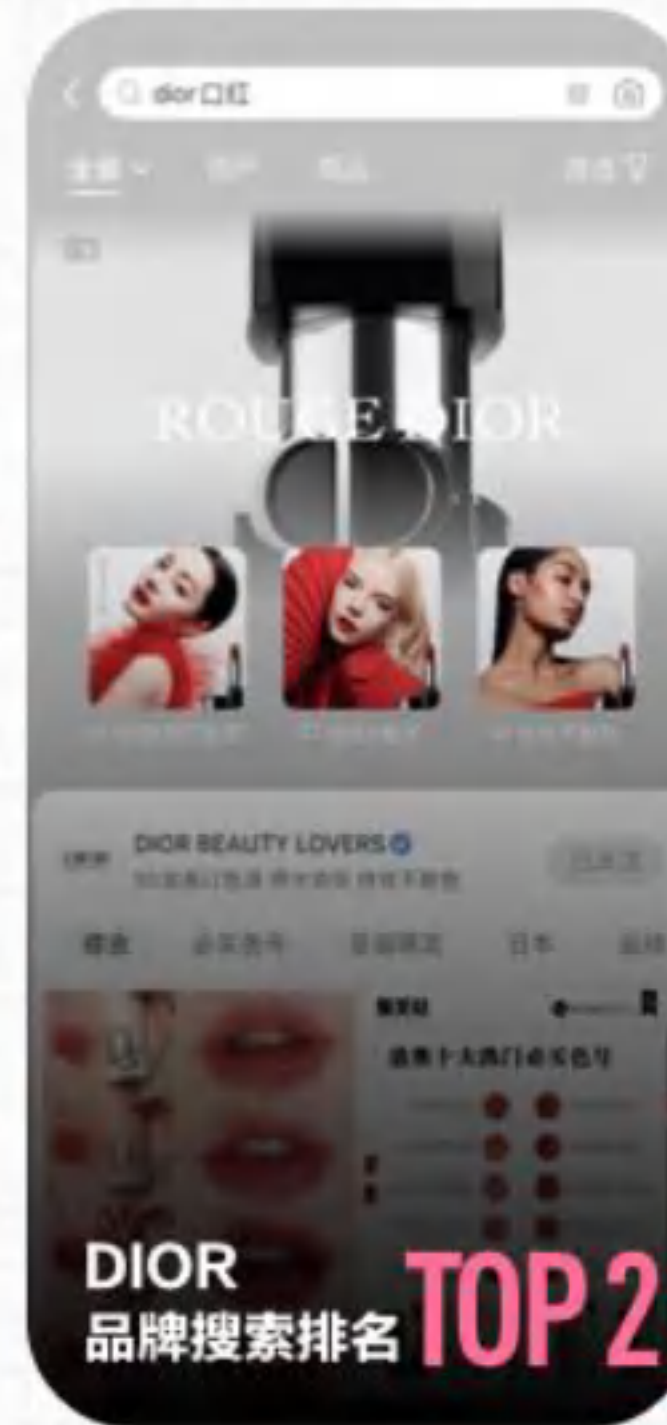
色彩品线矩阵 高点经营

遵循「主题色彩」公式，先构建明星单品，再拓展连带品线

立明星单品



拥抱社区共创 先锋色彩趋势领航



拥抱年轻语言 节点上新人群焕新



拥抱场景特点 应季限定风格心智



拓品线矩阵



建立百搭明星单品 小金条家族心智
连带高定面彩



以唇妆为主打品类
推广常青线及限定线高订套组



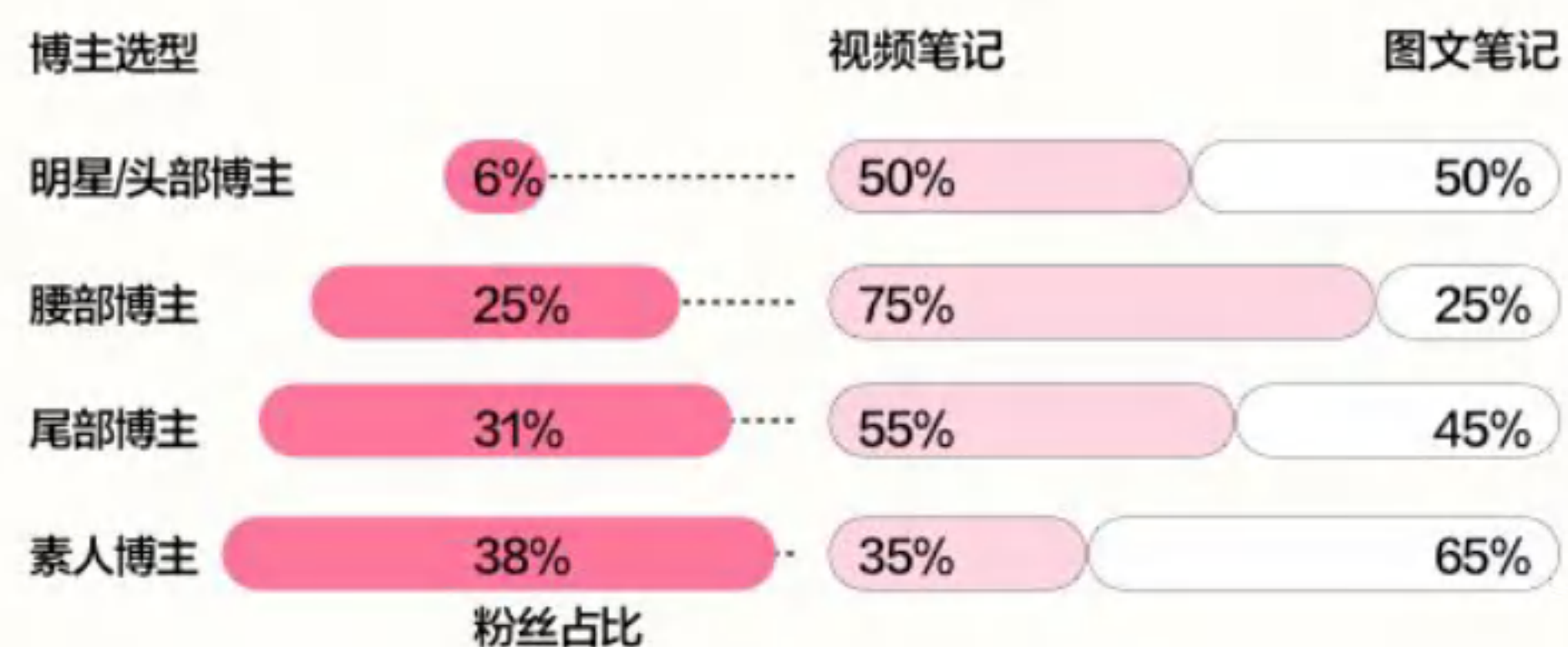
全年场景主题不间断
以风格心智推出限定组套



色彩品线矩阵 日常经营

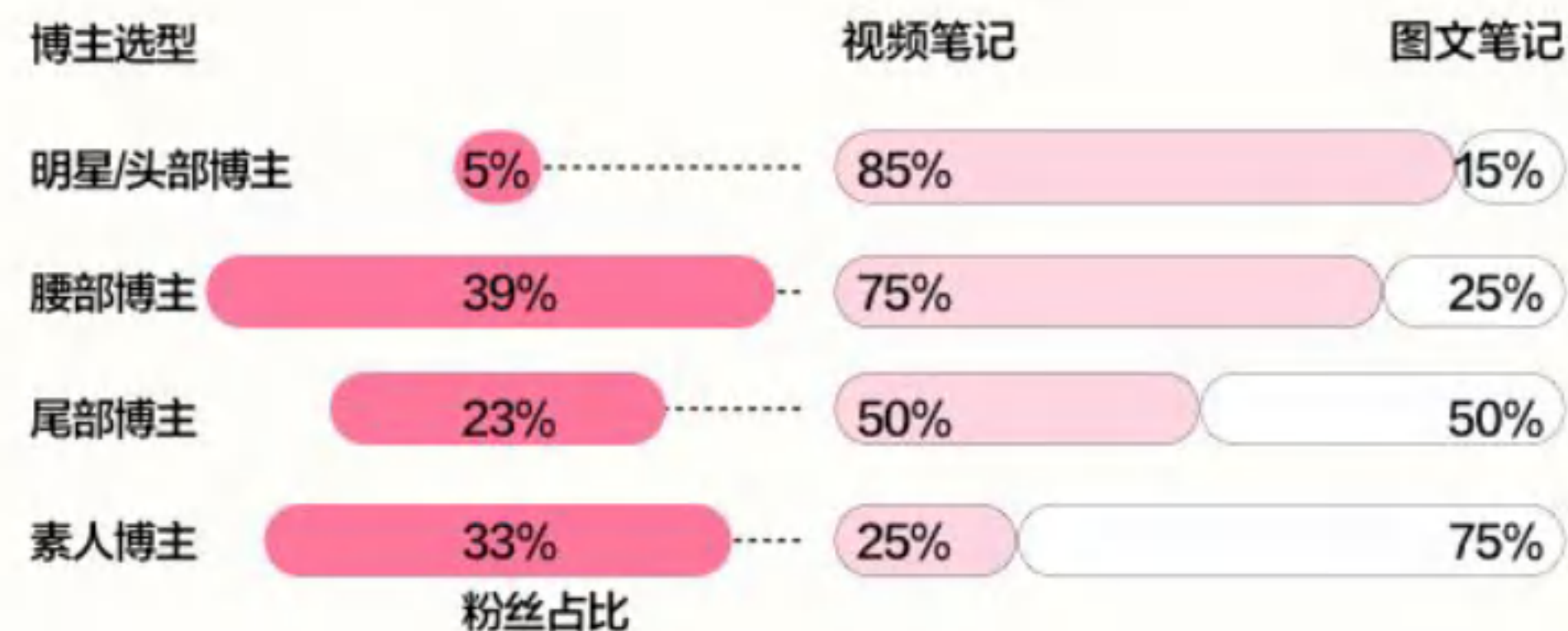
博主内容选型分品类/节点各有侧重，产品测评与趋势故事配比有讲究

唇妆 围绕产品使用，头腰尾合力种草妆容/试色



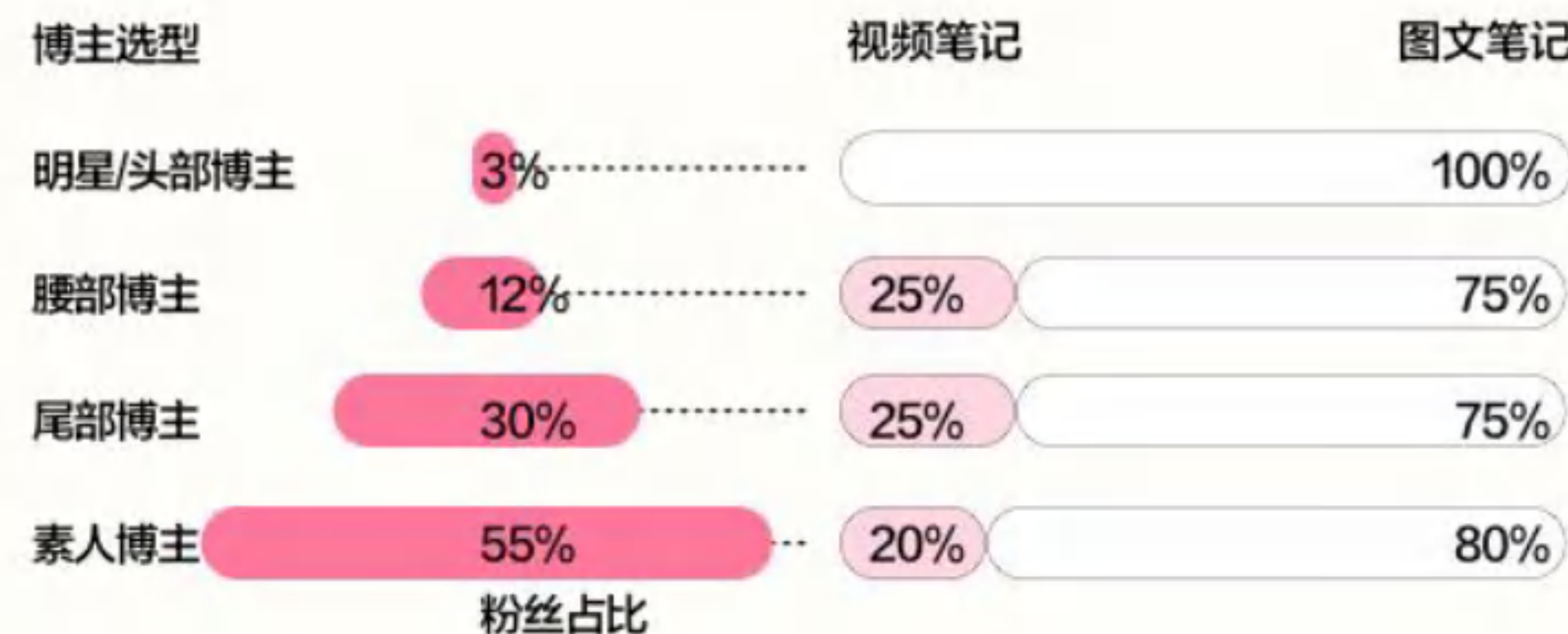
宽型金字塔结构-头中腰妆造/唇部特写，腰尾真实试色

底妆 跨垂合作时尚内容，代入生活场景实测种草



纺锤形结构-头腰主视频破圈，腰尾主图文种草

礼盒 头腰尾各司其职-送礼档次/场景/使用体验



瘦窄金字塔结构-互为承接，图文为主

优质唇妆-笔记类型



头腰强造势，以试色打时尚趋势/品牌人设高级感
尾部及素人强种草，以试色打横测，呈现真实妆效促转

优质底妆-笔记类型



头腰趋势出圈，打高调性时尚妆造/贵气生活剧情
尾部及素人还原生活感，讲解上妆测评/使用场景

节点礼盒-笔记类型



头部打风格调性
腰尾铺送礼心智，素人打晒礼分享

奢品基因高定彩妆品牌 转化

高点直播即看即买

基于品牌线下高点事件打造互动直播，搭载电商直播场域实现品效双收

全域资源覆盖，流量助推直播高点

开屏
-BRANDMAX



搜索场
-品牌空间



发现场
-直播卡片

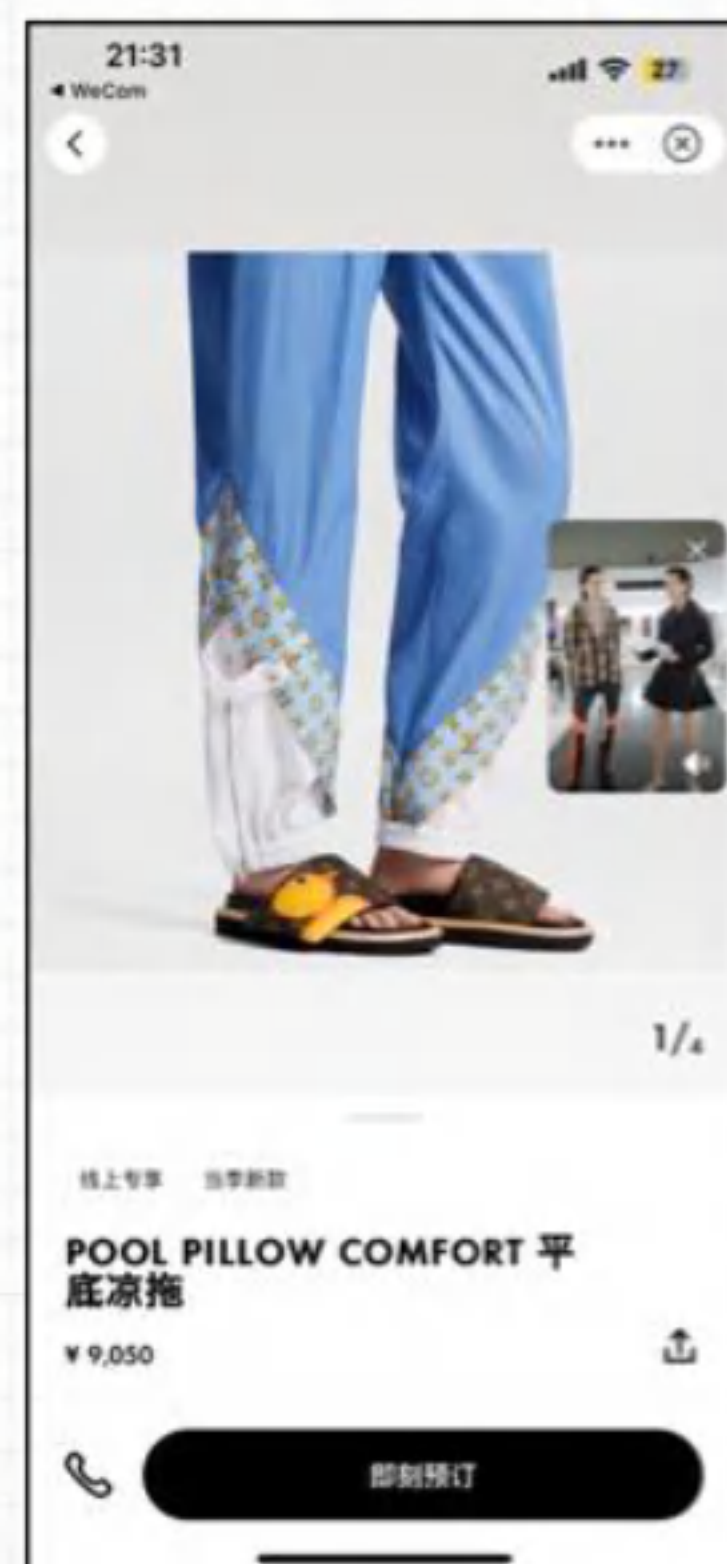
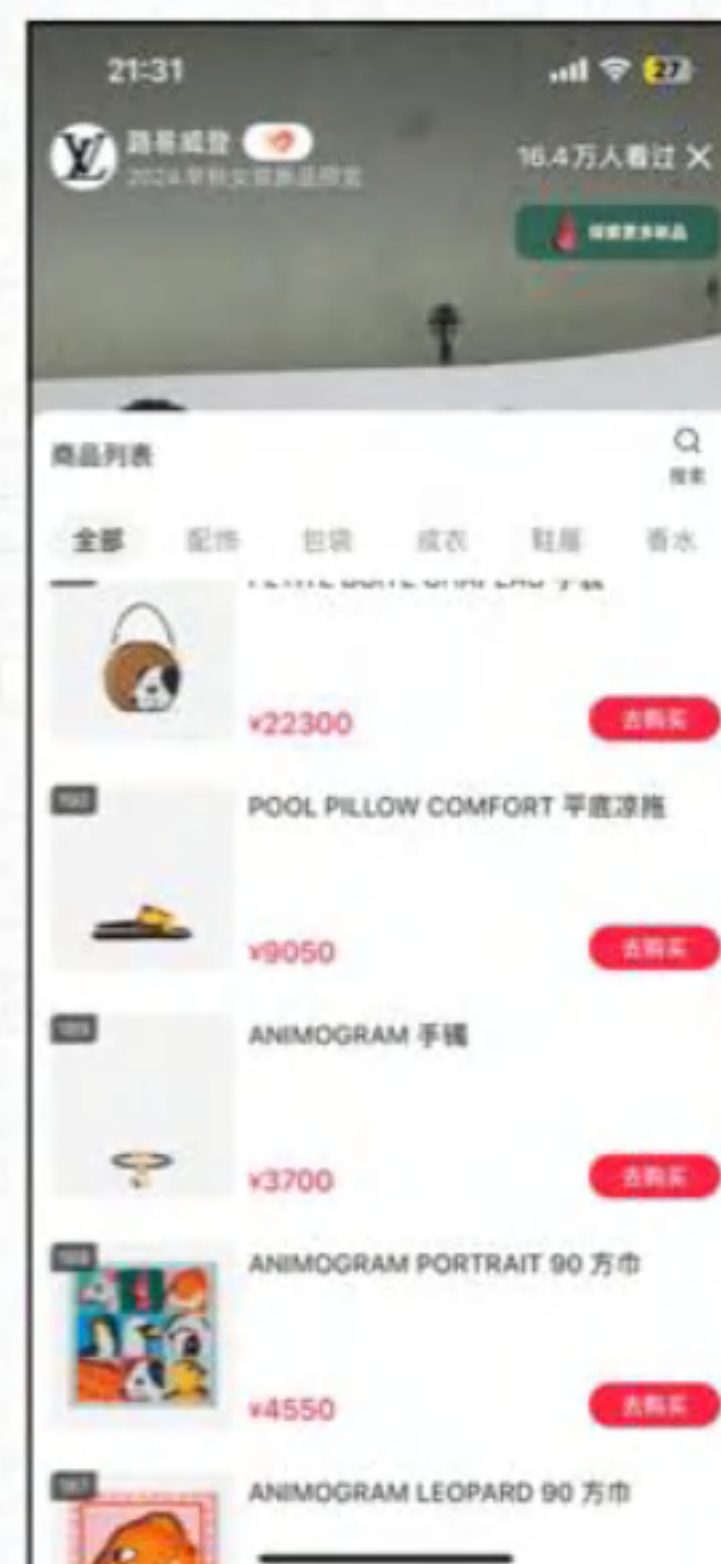


品牌互动型直播间



直播链接小红书站内店铺，一站式购买

直播期间跳转购买



全新定制化链路，一跳直播间

*以上路径以LV大秀直播案例为例

聚合
54万+

观播人数

吸引
1.5万+

品牌涨粉

盛放
2000万+

直播总计曝光

奢品基因高定彩妆品牌

「高点造势」YSL狩猎焰趋势首发

聚载社区共创，经营时妆内容精打人群，打造24年开年色彩趋势

TOP 1

天猫生意口红赛道

3.3亿

【狩猎焰】活动曝光

+220%

【小金条】AIPS总量

概念首发

爆款不是无迹可寻

概念

朗朗上口的名字 包装完整的故事体系
新的流行趋势注解+内核知识支撑

+

宣发

多流量/资源/内容矩阵宣发

从产品到品牌 从美妆到时尚 故事要丰满



布局经营

资源核心是内容生产



线上线下联动很关键



*图片来源: @huhu大壮、@阿里北杯

Couture

奢品基因

高定彩妆品牌

Professional

专业彩妆师品牌

Niche

海外小众

彩妆品牌

专业彩妆师品牌

造势

让品牌彩妆师成为趋势打造者

有技术有经验的「明星」彩妆师，创造并形成小范围影响力

彩妆师 × 明星

STEP 01

彩妆师 × 明星人选匹配

STEP 02

共同打造趋势妆容



*STEP 04

STEP 03

定制化视觉，明星演绎

STEP 04

笔记炒热，全网复刻

彩妆师 × 美妆薯

STEP 01

共创热点趋势话题



*STEP 01

STEP 02

官方薯联合发起活动



*STEP 02

STEP 03

化妆师炒热妆容

STEP 04

用户参与互动，拱高趋势

彩妆师 × 品牌

STEP 01

共同选品/联名



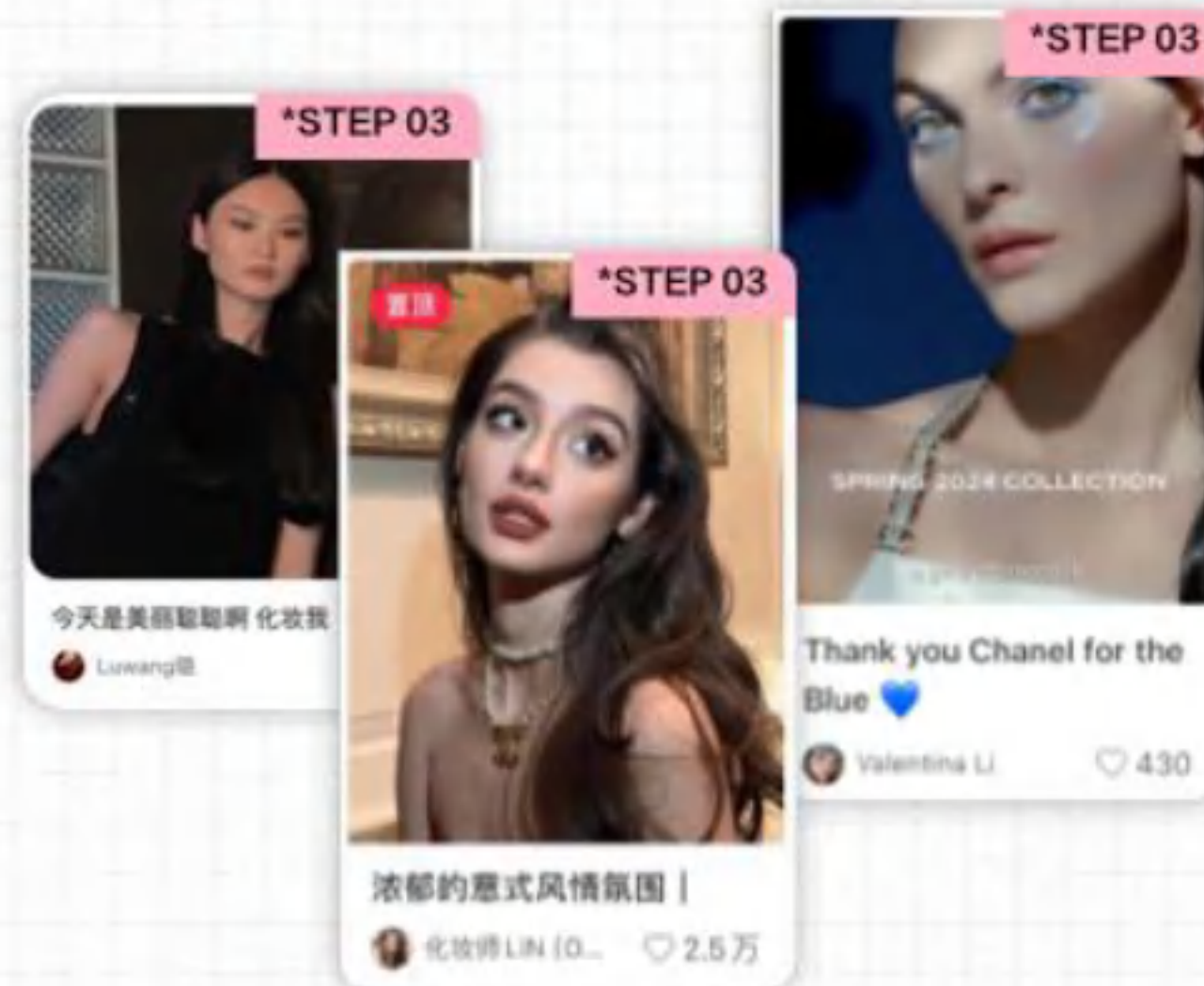
*STEP 02

STEP 02

品牌大型活动

STEP 03

化妆师矩阵笔记



*STEP 03

*STEP 03

STEP 04

用户参与，种草品牌

专业彩妆师品牌

造势

帮助彩妆师丝滑成为创作者

小红书多元丰富创作者扶持计划

彩妆师成为创作者更好影响用户



小红书积极鼓励专业创作

● 小红书创作者社群扶持



● 创作者培养课程

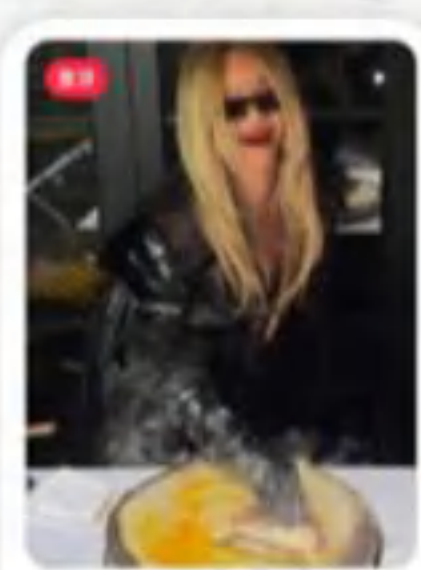
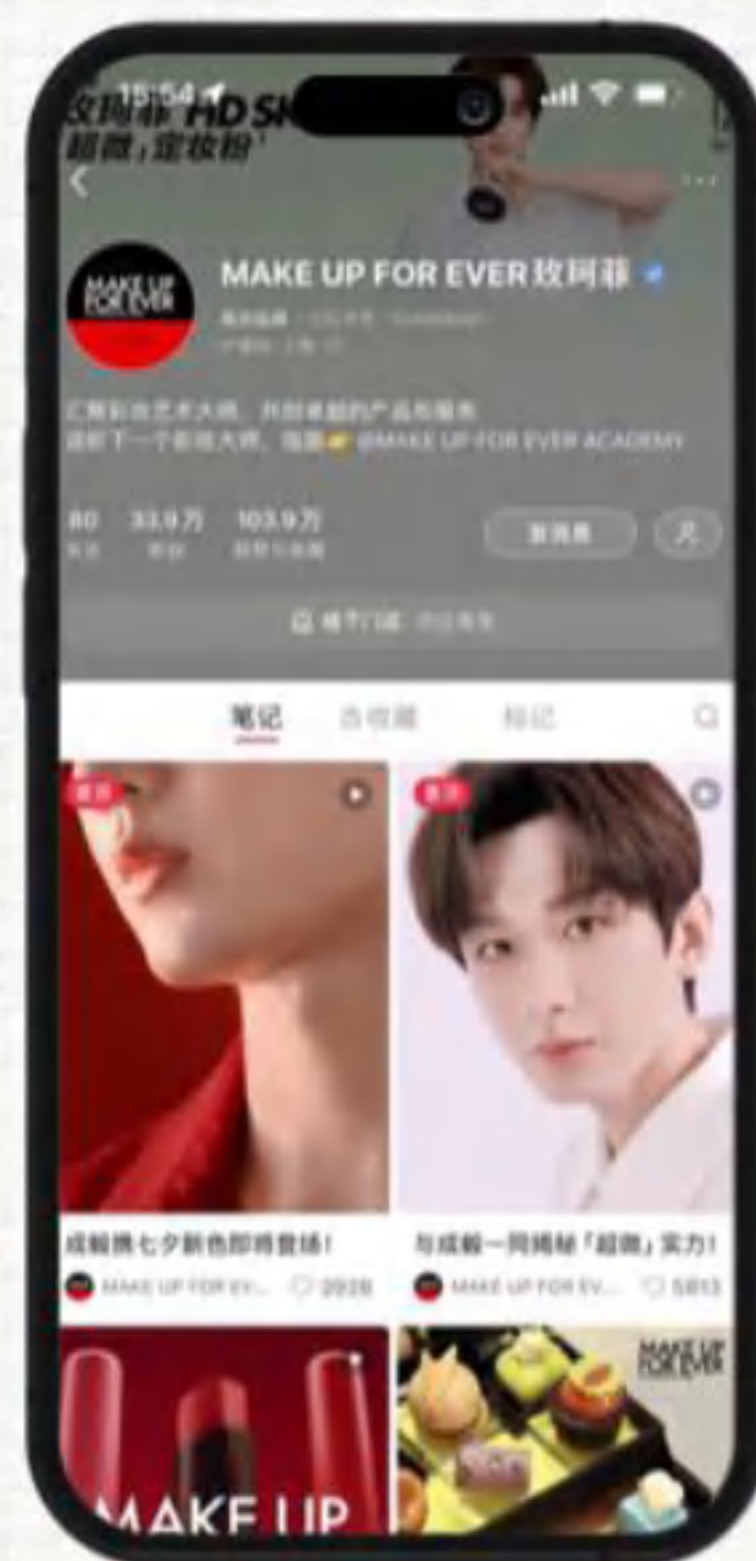


专业彩妆师品牌

经营

品牌矩阵号打造，发挥「人」的影响力

化妆师主理人



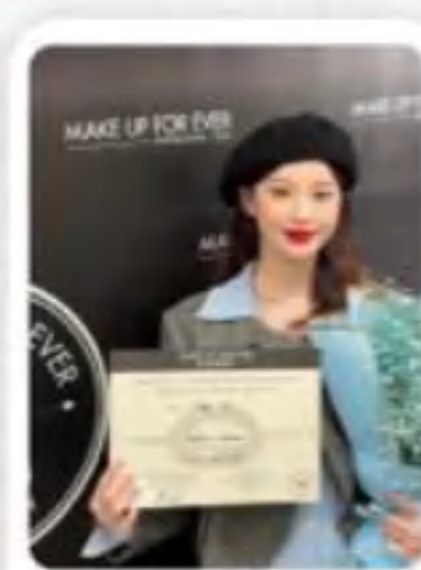
主理人日常分享



主理人新品解读

化妆师主理人
「生活化」分享

学院号



课程分享



学院日常

学院课程
「日常」分享

专业彩妆师



彩妆作品



MOTD分享

MOTD
分享

柜哥柜姐



柜台日常



试妆体验

线下
「柜台日常」

专业彩妆师品牌

经营

趋势与专业并行，引领彩妆风尚

以妆容切入，深入生活场景种草



BGC

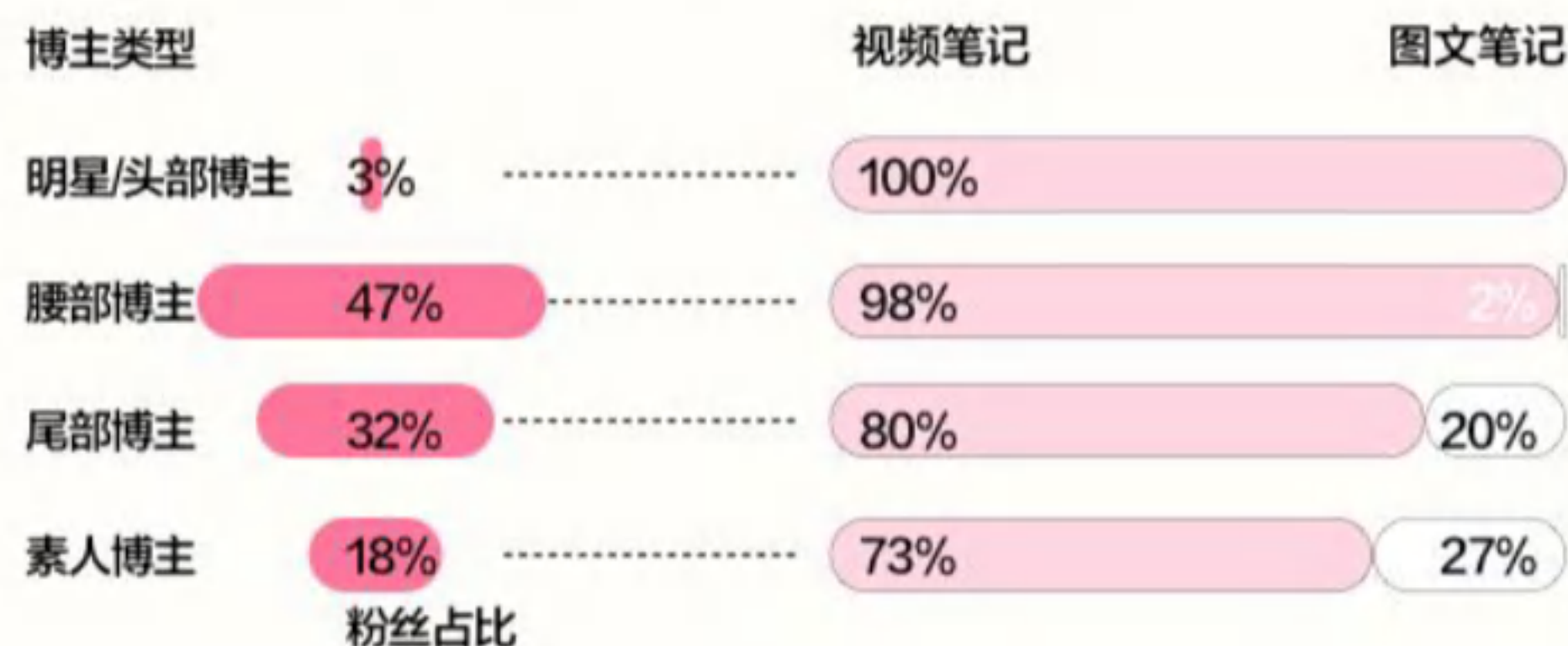
+



UGC

妆教引领

纺锤型博主合作，放大妆容影响力



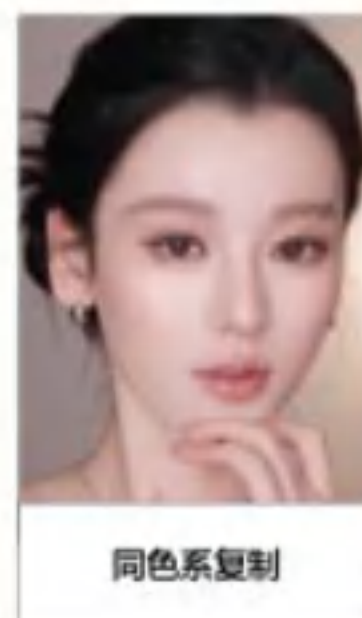
优质唇妆-笔记类型

头部博主



主题性妆容

腰部博主



同色系复制

尾部博主



日常场景妆教

素人博主

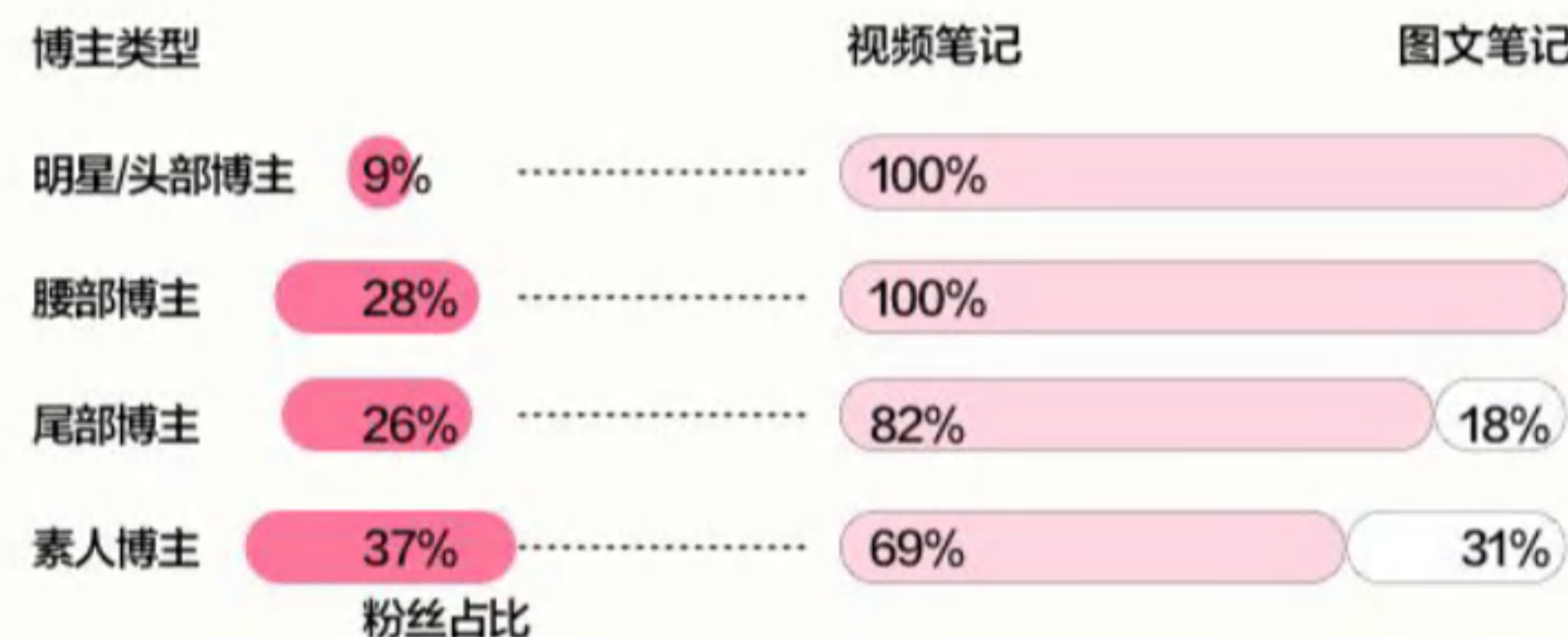


学生/新手妆教

头部创造妆面，引领趋势，吸引用户关注
中腰部发挥影响力，多元演绎，丰富种草

趋势生活

金字塔型合作，让彩妆成为一种生活方式



优质唇妆-笔记类型

头部博主



热门地区
旅游vlog

腰部博主



热门地区
旅游vlog

尾部博主



热门地区
旅游vlog

素人博主



热门地区
旅游vlog

跨垂类合作
人群拓圈，深入生活

*图片来源: @正义的宝妹、@是音符呀、@徐多肉洁、@超级姐姐妹、@林壮士、@是夸夸呀、@无语的张张、@AG_Lee、@MAC魅可、@小胖橘超可爱

专业彩妆师品牌

转化

线上群聊+线下KOS，服务一体化

种草链接线下，服务覆盖线上



线上

群聊持续热议

妆容怎么化

11色号还有吗

颜色怎么选

线下约妆

新品快报
彩妆师妆容教学
妆容跟练
线下服务发布
群内会员福利
...



线下

KOS拉动到店转化



*图片来源: @六六、@Pikapika_Pikachu

专业彩妆师品牌

转化

专业彩妆师更是专业彩妆「买手」

利他内容激发兴趣，所见所得更原生



品牌主理人/品牌彩妆师/BA

直播-以妆带品

用专业内容影响，重新做生活方式直播

以妆带品

明星化妆师以「用法」跟妆试用，生动种草

种草

彩妆课程

按期开课，以干货课程激发直播间互动，线上服务不停歇

服务

所见所得

链接官方店铺，所见所得

小红书

转化

品牌彩妆师
风格化直播
聚集热衷人群

在服务中
创造内容
引领彩妆趋势

专业彩妆师品牌

「CT」彩妆师 × 博主演绎品牌风格

品牌主理人放大，风格化妆面受差异化，以小博大

80%+

品牌润唇蜜新品
搜索环比

1170%+

Campaign期
单品人群资产

TOP 12

唇蜜品类H1
Spu搜索排名

品牌主理人 × 美妆博主 | 高点事件演绎品牌新品

品牌主理人 × 博主



欧米加!

单篇笔记阅读+70万
单篇笔记点赞+3万

#英国红毯妆



妆容共创



新品露出

人群 × 场景 × 妆容 | 多形式内容种草深化

品牌人群
CT风格妆容

品类人群渗透
唇蜜/唇妆/场景

热门妆容人群
520约会/韩妆



品牌风妆容
趋势妆容分享



单品试色
突出产品妆效



X热门妆容
热门妆容品牌演绎

uture

品基因

定彩妆品牌

Professional

专业彩妆师品牌

Niche

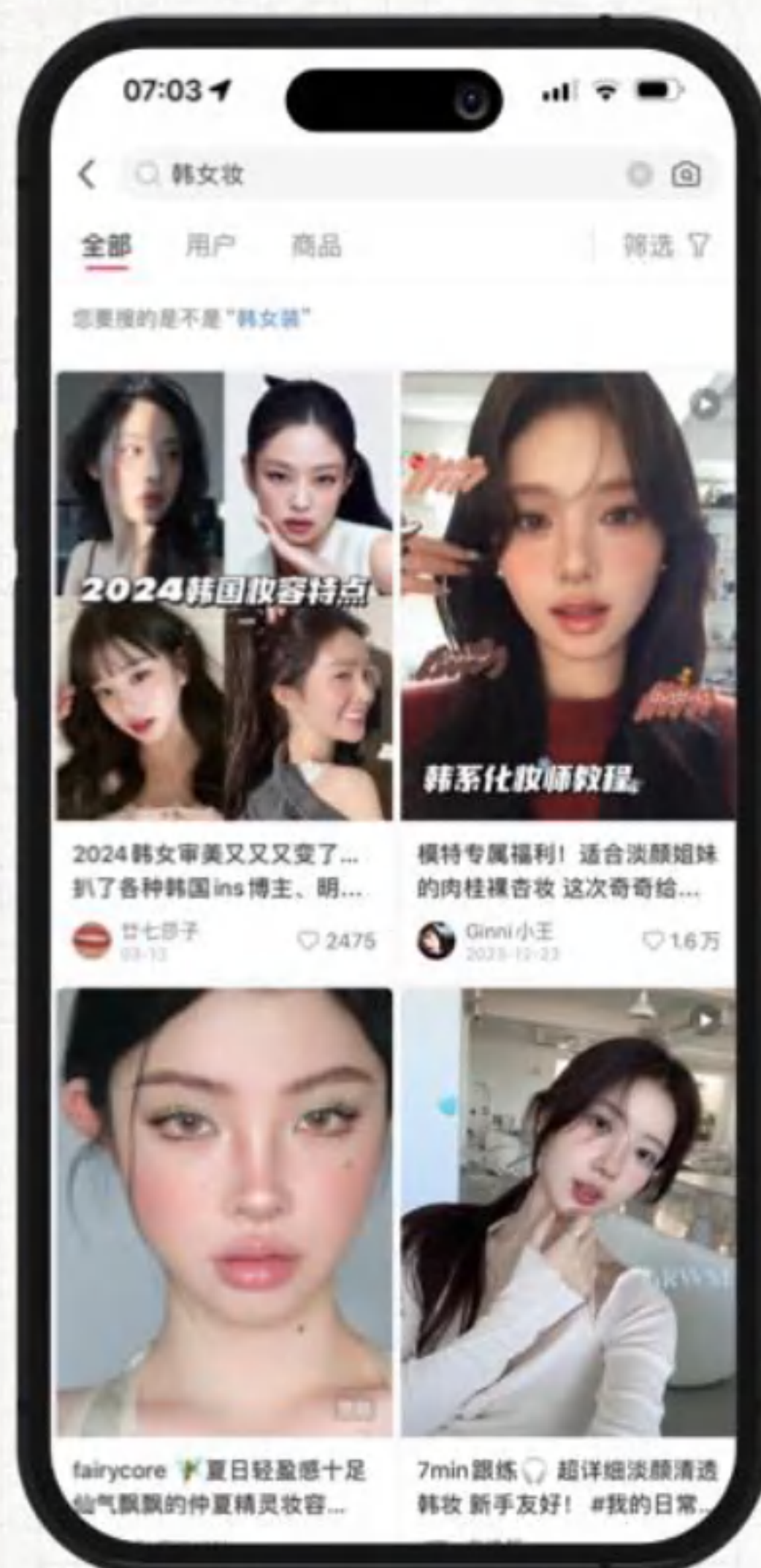
海外小众

彩妆品牌

海外小众彩妆品牌 造势

用国别化优势，撬起用户第一认知

优势特色种草



认知种草



品牌溯源放大



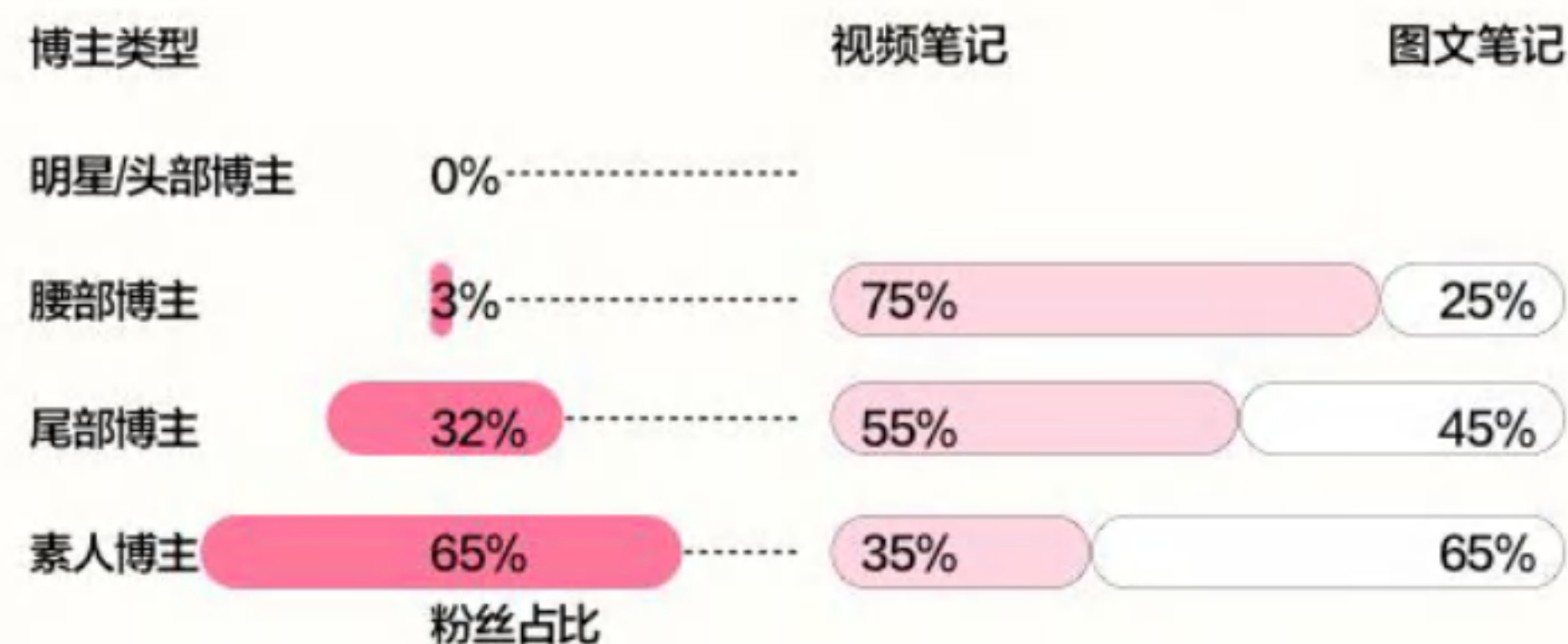
品牌放大



口碑型投放，精细经营小而新品类占赛道

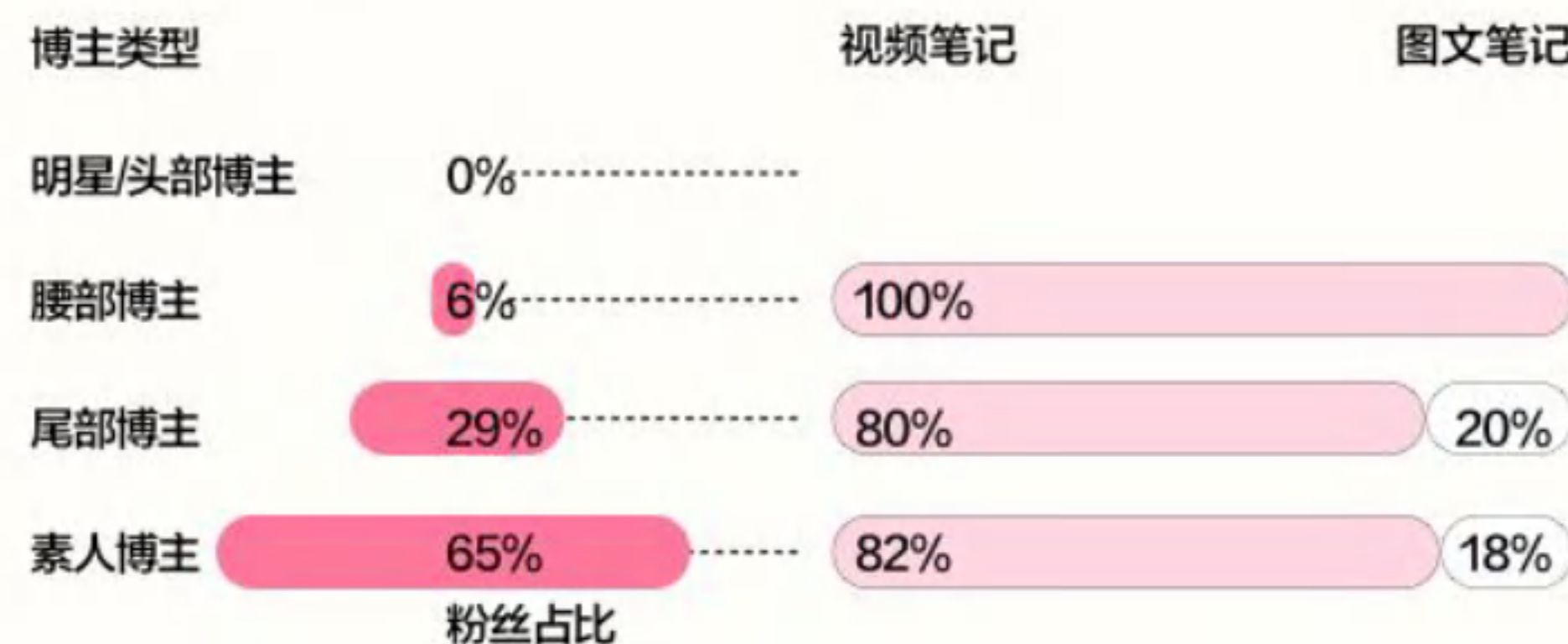
优势色彩

以色彩切入，国别风格化种草



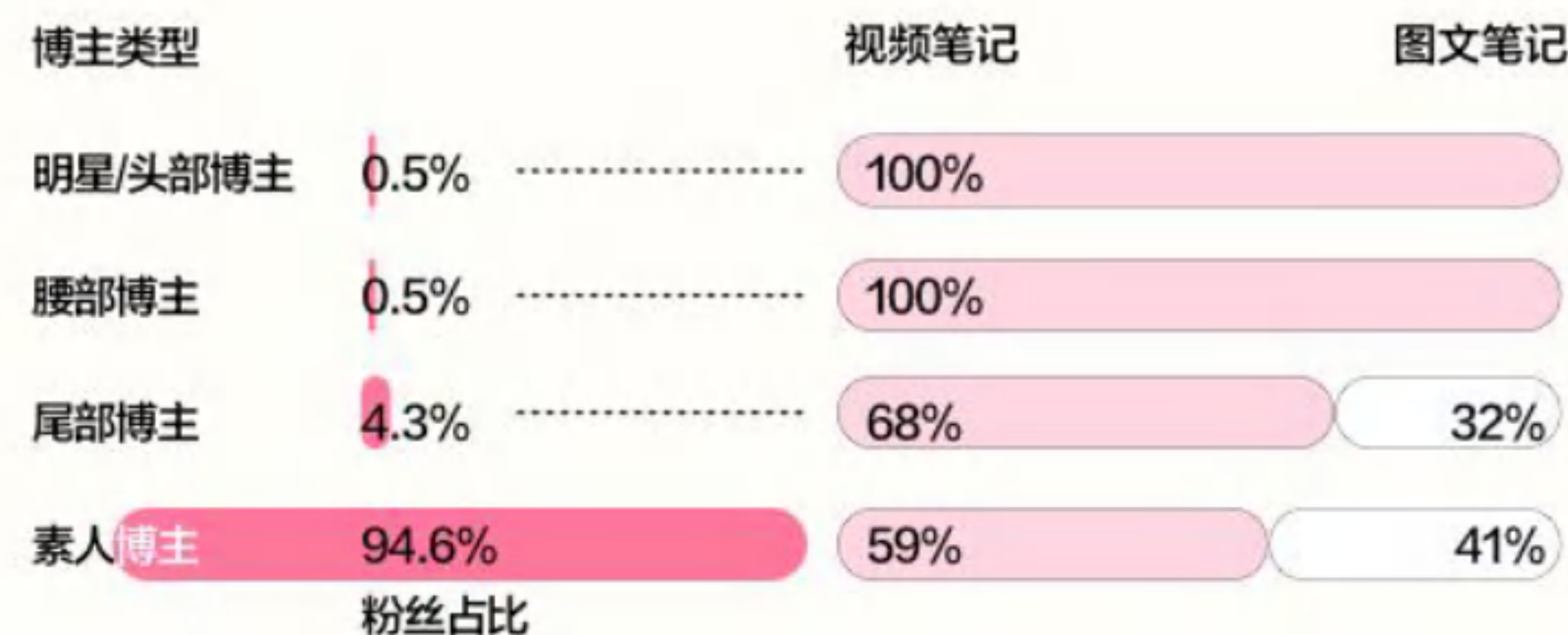
独有品类

以新品类突围，打造人无我有



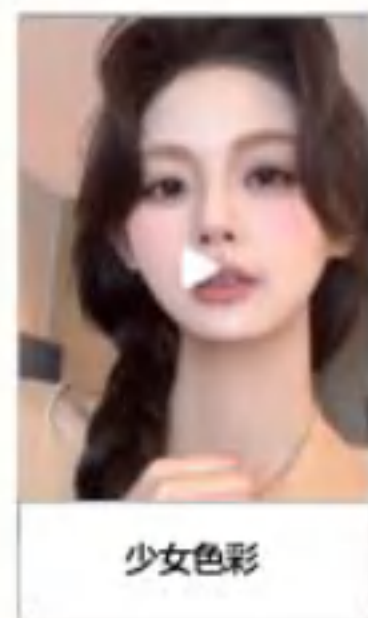
小品类

以素人为主，打造口碑型种草



笔记类型

腰部博主



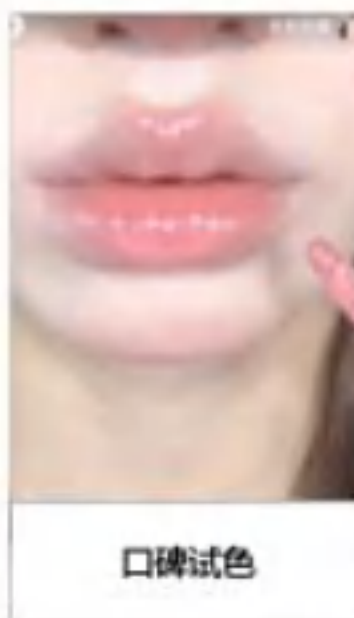
少女色彩

尾部博主



同色系分享

素人博主



口碑试色

优势色彩 站稳一种细分需求

笔记类型

腰部博主



趋势妆容

尾部博主



妆容中产品特点

素人博主



产品妆效

新品类 绑定特有妆面

笔记类型

腰部博主



节点清单

尾部博主



单品选择

素人博主



手持红草

蚂蚁雄兵 发挥口碑的力量

感受
宇宙浪漫

时代趋势和社会情绪

THE ENDING

珍惜
人间日常

回归真实生活场景，
充分理解个体